



Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Audiovisuais e Publicidade
Habilitação em Audiovisual

ARTHUR PONTES COSTA

Comunicação acessível:

planejamento áudio/visual para visitantes com diversidade sensorial no contexto da
exposição artística Entreartes

Brasília
Dezembro de 2019



Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Audiovisuais e Publicidade
Habilitação em Audiovisual

ARTHUR PONTES COSTA

Comunicação acessível:

planejamento áudio/visual para visitantes com diversidade sensorial no contexto da exposição artística Entreartes

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília – UnB, como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação na Habilitação Audiovisual.

Orientador: Prof. Dr. Elton Bruno Barbosa Pinheiro

Brasília
Dezembro de 2019



Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Audiovisuais e Publicidade
Habilitação em Audiovisual

ARTHUR PONTES COSTA

Comunicação acessível:

planejamento áudio/visual para visitantes com diversidade sensorial no contexto da
exposição artística Entreartes

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Elton Bruno Barbosa Pinheiro | Orientador
Departamento de Audiovisuais e Publicidade | FAC/UnB

Profa. Dra. Rafiza Luziani Varão Ribeiro Carvalho | Avaliadora
Departamento de Jornalismo | FAC/UnB

Profa. Dra. Patricia Tuxi dos Santos | Avaliadora
Departamento de Linguística, Português e Línguas Clássicas | IL/UnB

Profa. Dra. Helena Santiago Vigata | Suplente
Departamento de Línguas Estrangeiras e Tradução | IL/UnB

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente a Deus pelo sustento nesta jornada e aos meus pais pelo apoio, pelas palavras de incentivo e pelos conselhos terminados em “*tu é quem sabe*”, mesmo eu não sabendo de nada.

Agradeço também a Universidade de Brasília, instituição pública e gratuita, que me proporcionou infinitas possibilidades e também ao suporte que me foi dado durante toda a jornada.

Aos meus professores e orientadores que sempre acreditaram no potencial que eu desconhecia existir.

Agradeço ao querido professor e orientador Elton Bruno que topou embarcar na jornada de construção deste trabalho.

Agradeço a querida professora Patricia Tuxi que ainda em 2016 acreditou que um grupo de amigos (*Potes du Tierquar*), através da extensão universitária, conseguiria propor à acessibilidade de informações acadêmicas em Língua de Sinais.

Também gostaria de agradecer a querida professora Helena Santiago, que através do projeto Entreartes: uma exposição multissensorial, propiciou o nascimento deste trabalho.

Gostaria de agradecer ao meu querido amigo e companheiro de jornada na GIZ, Mauricio Boff, que me fez, de forma prática, questionar e entender a configuração dos processos comunicacionais, tão importantes, que também são refletidos neste trabalho.

Agradeço as minhas famílias, paraense, brasiliense e alemã, pelo carinho, suporte e acolhimento de longa data. Também agradeço a família 214, pelos anos juntos e pelo companheirismo.

Por fim, meus sinceros agradecimentos também aos queridos/as amigos/as, que durante este período universitário, sempre foram companheiros/as para todas as horas, para todos os papéis e todos os projetos (em processo de execução ou ainda não executados).

RESUMO

Entende-se que a obra de arte e o fazer artístico são a expressão humana materializada e a comunicação faz parte de todo o processo. Partindo, tanto do fazer artístico quanto do tornar inteligível a significação das obras e intervenções, a comunicação se insere como mediadora fundamental no planejamento de mostras e exposições. Nesse âmbito, este trabalho se propõe a diagnosticar e compreender as necessidades de acessibilidade comunicacional da Exposição Multissensorial Entreartes e planejar soluções comunicacionais que atendam aos visitantes sensorialmente diversos. A partir dos princípios do Desenho Universal, dos conceitos de Diversidade Sensorial e Funcional, *Barrierefreie Kommunikation* (BfK) e iniciativas contidas em manuais para museus, mostras e outras práticas relacionadas a produtos de comunicação e também de três dimensões metodológicas – conceitual; funcional e comunicacional; e práticas institucionais – propiciar, através de dispositivos e linguagens comunicacionais, uma experiência cultural marcante/emancipadora para todos os visitantes, independentemente de seu universo sensorial, tensionando o planejamento e aplicação de produtos de comunicação áudio/visuais acessíveis. Por meio das propostas e soluções em comunicação desenvolvidas para a exposição, concluímos que para seu planejamento o entendimento dos conceitos pesquisados e iniciativas instrucionais seguidas foram fundamentais para o sucesso da comunicação das mensagens, e a partir da experiência adquirida no projeto, apresentam-se algumas recomendações para o planejamento contextual e futuro de produtos áudio/visuais acessíveis.

Palavras-chave: Comunicação. Acessibilidade Cultural. Planejamento. Diversidade Sensorial e Funcional.

ABSTRACT

It is understood that the work of art and the art-making process are the materialized human expression and communication is part of this process. Communication plays the role of fundamental mediator in the planning of exhibitions because it makes clear the art-making process and its meaning. In this context, this research aims to diagnose and understand the communicational accessibility needs of the Entreartes Multisensory Exhibition and to design communication solutions that meet the needs of the sensorially diverse visitors. Under the light of the Universal Design principles, the concepts of Sensory and Functional Diversity, Barrierefreie Kommunikation (BfK) and initiatives contained in manuals for museums, exhibitions and other practices related to communication products, this study aims to design accessible communication products to the Entreartes exhibition. Starting the planning process under three methodological dimensions (conceptual; functional and communicational; and institutional practices) we want to offer, through communicational devices and languages, a remarkable cultural experience for all visitors, regardless of their sensory universe stressing the planning and application of accessible audio/visual communication products. Through the communication solutions developed for the exhibition, the understanding of the researched concepts and instructional initiatives followed by the communication planning were fundamental for the success of the communicated messages. With the acquired experience on this project, recommendations for contextual and future planning of accessible audio/visual products are left.

Keywords: Communication. Cultural accessibility. Planning. Sensory and Functional Diversity.

RESUMÉN

Entiéndese que la obra de arte y la creación artística son la expresión humana materializada y la comunicación es parte de todo el proceso. Partiendo de lo artístico, así como del hacer con que el significado de las obras e intervenciones sean inteligibles, la comunicación se inserta como una mediadora fundamental en la planificación de exposiciones y exhibiciones. En este contexto, este trabajo de curso tiene como objetivo diagnosticar y comprender las necesidades de accesibilidad comunicacional de la Exposición Multisensorial Entreartes y diseñar soluciones de comunicación que satisfagan a los visitantes sensorialmente diversos. A partir de los principios del Diseño Universal, los conceptos de Diversidad Sensorial y Funcional, Barrierefreie Kommunikation (BfK) e iniciativas contenidas en manuales para museos, exposiciones y otras prácticas relacionadas con productos de comunicación y también desde tres dimensiones metodológicas (conceptual; funcional y comunicacional; y prácticas institucionales) proporcionar, a través de dispositivos y lenguajes comunicacionales, una experiencia cultural notable/emancipadora para todos los visitantes, independientemente de su universo sensorial, haciendo hincapié en la planificación y aplicación de productos de comunicación audio/visual accesibles. A través de las propuestas y soluciones de comunicación desarrolladas para la exposición, concluimos que, para la planificación de la exposición, la comprensión de los conceptos investigados y las iniciativas instruccionales seguidas fueron fundamentales para el éxito en la comunicación de los mensajes. Con la experiencia adquirida en el proyecto, quedan recomendaciones para la planificación contextual y futura de productos audiovisuales accesibles.

Palabras clave: Comunicación. Accesibilidad cultural. Planificación. Diversidad sensorial y funcional.

RÉSUMÉ

Il est entendu que l'œuvre d'art et la création artistique sont l'expression humaine matérialisée et que la communication fait partie de l'ensemble du processus. Partant de l'art, ainsi que du sens des œuvres et des interventions intelligibles, la communication s'insère comme un médiateur fondamental dans la planification des expositions et des exhibitions. Dans ce contexte, ce travail de cours vise à diagnostiquer et à comprendre les besoins en accessibilité communicationnelle de l'exposition multisensorielle Entreartes et à concevoir des solutions en communication qui satisfassent les visiteurs ayant une diversité sensorielle. Parmi les principes de Conception Universelle, les concepts de Diversité Sensorielle et Fonctionnelle, Barrierefreie Kommunikation (BfK) et les initiatives contenues dans les manuels des musées, expositions et des autres pratiques liées aux produits de communication ainsi que selon trois dimensions méthodologiques (conceptuelle ; fonctionnelle et pratiques institutionnelles ; et communicationnelles) pour offrir, par le biais de dispositifs et de langues de communication, une expérience culturelle remarquable / émancipatrice à tous les visiteurs, quel que soit leur univers sensoriel, en permettant la planification et l'application de produits de communication audiovisuelle accessibles. Grâce aux propositions et aux solutions de communication élaborées pour l'exposition, nous concluons que, pour la planification de l'exposition, la compréhension des concepts étudiés et les initiatives pédagogiques suivies seront essentielles au succès de la communication des messages. Sur la base de l'expérience acquise dans le cadre du projet, recommandations pour la planification contextuelle et future de produits audiovisuels accessibles sont laissés.

Mots-clés : Communication. Accessibilité culturelle Planification. Diversité sensorielle et fonctionnelle.

SUZAMMENFASSUNG

Es versteht sich, dass das Kunstwerk und das künstlerische Schaffen der materialisierte menschliche Ausdruck sind und dass die Kommunikation Teil des gesamten Prozesses ist. Ausgehend von der Kunst sowie der Bedeutung von Werken und verständlichen Interventionen ist die Kommunikation ein grundlegender Vermittler bei der Planung von Ausstellungen. In diesem Zusammenhang zielt diese Abschlussarbeit darauf ab, die Kommunikationszugangsanforderungen der multisensorischen Entreartes-Ausstellung zu diagnostizieren und zu verstehen und Kommunikationslösungen zu entwerfen, die die Besucher mit sensorischer Vielfalt zufriedenstellen. Zu den Grundsätzen des Universal Design gehören, die Konzepte der sensorischen und funktionalen Vielfalt, Barrierefreie Kommunikation (BfK) und Initiativen in Museumshandbüchern, Ausstellungen und anderen Praktiken in Bezug auf Kommunikationsprodukte sowie drei methodische Dimensionen (konzeptionell; funktional und institutionelle; und Kommunikationspraktiken), um allen Besuchern unabhängig von ihrem sensorischen Universum über Kommunikationsmittel und -sprachen eine bemerkenswerte kulturelle Erfahrung / Emanzipation zu bieten, indem die Planung und Anwendung audiovisueller Kommunikationsprodukte ermöglicht wird zugänglich. Dank der Ausstellung entwickelten Vorschläge und Kommunikationslösungen kommen wir zu dem Schluss, dass für die Ausstellungsplanung das Verständnis der untersuchten Konzepte und der verfolgten pädagogischen Initiativen von entscheidender Bedeutung für den Erfolg der Kommunikation der Botschaft ist. Basierend auf den Erfahrungen des Projekts bleiben Empfehlungen für die kontextbezogene und zukünftige Planung barrierefreier audiovisueller Produkte zurück.

Stichwörter: Kommunikation. Kulturelle Barrierefreiheit . Sensorische und funktionale Vielfalt.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Síntese dos objetivos da pesquisa	15
Quadro 2 – Classificação dos recursos de acessibilidade museal para visitantes ...	30

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Pasta de organização dos materiais utilizados no planejamento da exposição	41
Figura 2 – Vídeo acessível do artista plástico John Bramblitt	45
Figura 3 – Visitante assistindo a vídeo	46
Figura 4 – Tela inicial do aplicativo	46
Figura 5 – Visitante fazendo leitura em Braile de sinalização da obra <i>Blue Audrey</i> ..	48
Figura 6 – Visita mediada com atividade de dobraduras.....	49
Figura 7 – Oficina mediada com utilização de argila	49
Figura 8 – Fotógrafo Luciano Ambrósio interagindo com sua fotografia	50
Figura 9 – Etiqueta em Braile, Português e Inglês de uma obra da exposição	50
Figura 10 – Postagem no Facebook	51
Figura 12 – Janela para edição do Texto Alternativo	52

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1. COMUNICAÇÃO, MUSEU E ACESSIBILIDADE	21
1.1. COMUNICAÇÃO E MUSEUS	22
1.2. ACESSIBILIDADE	23
1.2.1. Diversidade sensorial e funcional.....	25
1.2.2. O Desenho Universal	26
1.2.3. <i>Barrierefreie Kommunikation (BfK)</i>	28
2. MANUAIS, RECOMENDAÇÕES E INICIATIVAS PARA COMUNICAÇÃO E ACESSIBILIDADE EM MUSEUS, MOSTRAS E EXPOSIÇÕES.....	30
3. METODOLOGIA PARA O PLANEJAMENTO MULTIDIMENSSIONAL ÁUDIO/VISUAL DA EXPOSIÇÃO ENTREARTES	38
3.1. A DIMENSÃO CONCEITUAL DO PLANEJAMENTO	40
3.2. A DIMENSÃO FUNCIONAL E COMUNICACIONAL DO PLANEJAMENTO..	42
3.3. A DIMENSÃO DAS PRÁTICAS INSTRUCIONAIS DO PLANEJAMENTO	42
4. PRODUTOS DE COMUNICAÇÃO PARA A EXPOSIÇÃO MULTISSENSORIAL ENTREARTES	44
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	54
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	57

INTRODUÇÃO

As relações entre questões comunicacionais, culturais e artísticas apresentam-se como cenário que proporciona o desenvolvimento e tensionamento de objetos de estudo interdisciplinares que se configuram, consideravelmente, pela “diversidade de reflexões e gestos complexos” (BRAGA, 2005, p. 288) que permitem a um pesquisador. Compreendendo os “movimentos reflexivos e construtivos iniciais” (idem, ibidem) que integram a pesquisa que aqui se propõe, consideramos (e delimitamos) como campo de investigação as questões que envolvem, principalmente, o campo expositivo artístico-cultural e o papel a ser desempenhado em tal contexto pela comunicação, com vistas a experiências multissensoriais exitosas.

Pensar no importante papel que possui o planejamento em comunicação para mostras de artes é, em nosso entendimento, uma relevante contribuição à cultura não só no aspecto do acesso, mas também em relação à própria valorização do fazer artístico-cultural e ao que este pode proporcionar à vida de diferentes indivíduos em suas experiências pessoais e sociais. Lev Vygotsky (1971, p. 249) diz que: “arte é uma ferramenta para a sociedade que evoca o aspecto mais íntimo e pessoal do nosso ser ao círculo social da vida¹” (tradução nossa).

Retomando, todavia, a questão do acesso à arte e à cultura, ressaltamos que desde a Idade Média, apesar de as obras artísticas serem consideradas como a expressão/comunicação mais íntima do ser humano, nem todos tinham acesso a estas. Essa realidade de acesso aos espaços culturais e de interação artística começou a ser transformada no pós-guerra, com a criação do Conselho Internacional de Museus (ICOM) da Organização Educacional, Científica e Cultural das Nações Unidas (UNESCO) (CURY, 2005, p. 366).

O museu, ou o ambiente expositivo, passou, assim, a ser mais democrático em relação ao acesso e passou a concentrar o encontro entre o cidadão/ã e o objeto artístico. Além de promover esse encontro, hoje, os museus são percebidos como recursos importantes para as comunidades, e particularmente para a saúde mental e física dos indivíduos, como também para o bem-estar (THOMSON e CHATTERJEE, 2015, p. 55). Assim, o museu ou o espaço expositivo se configura

¹ Do inglês: “*Art is a tool of society which brings the most intimate and personal aspects of our being into the circle of society life.*”

como ambiente social, de troca de experiência, interação e educação, onde objeto, espaço e cidadãos fazem parte de um processo plural de troca. Dito isto, a presente pesquisa defende que a comunicação se insere não como complemento do binômio artístico-cultural, mas como parte essencial no compartilhar dos museus.

A obra de arte é a expressão humana materializada, e pelo que percebemos através de vários autores (CURY, 2005; CONTENOT, 2011; GUARNIERI, 1990; THOMSON e CHATTERJEE, 2015), a comunicação faz parte de todo o processo, tanto o do fazer artístico quanto o do tornar inteligível a significação das obras em espaços expositivos. Entender a relevância e a contribuição da comunicação em questões artísticas-culturais-expositivas é de grande importância, sobretudo porque, na contemporaneidade são continuamente dinamizadas e questionadas as formas e dispositivos utilizados para comunicar da mais simples a mais complexa mensagem.

No que toca à acessibilidade, ou à acessibilidade cultural, a comunicação é parte intrínseca na configuração da interação entre espaço/exposição e visitante. No Brasil, o Decreto Nº 3.298, de 1999, dispõe sobre a Política Nacional para Integração da Pessoa Portadora de Deficiência. A Lei Nº 10.098, que dispõe sobre acessibilidade das pessoas com deficiência e/ou mobilidade reduzida e o Decreto Nº 5.296/2004, conhecido como Decreto de Acessibilidade e a Lei Nº 13.146/2015, conhecida como Estatuto da Pessoa com Deficiência, regularizam a questão do acesso de todos a todos os espaços públicos, no entanto, essas leis fazem mais alusão à tentativa de inclusão do que de fato à acessibilidade. Além disso, a utilização desse arcabouço jurídico se faz necessário para o entendimento das necessidades de assegurar e fiscalizar as Políticas Públicas de Comunicação existentes e que podem ser complementares.

No que tange à gestão e acesso a espaços museais, o IBRAM – Instituto Brasileiro de Museus, é a instituição reguladora que aponta diretrizes e estratégias para a difusão e acesso da vida cultural, juntamente com a Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT, que estipula regras técnicas quanto às especificidades a serem adotadas no espaços públicos.

Destarte, esta pesquisa delimitou como seu **objeto de estudo** o: **planejamento áudio/visual² acessível³ para a Exposição Artística Multissensorial Entreartes, atividade voltada a visitantes com diversidade sensorial⁴.**

Tal objeto precisa ser contextualizado a partir de alguns **aspectos pontuais**, os quais levam em conta a especificidade da referida exposição, a saber:

- A Exposição Entreartes tem um cunho universitário colaborativo, a maior parte da equipe (curadoria, produção executiva, produção de conteúdo e mediação) integra o ambiente acadêmico (docentes, discentes e técnicos), a partir do qual se buscou entender, dialogar e propor soluções que abarcassem as necessidades de visitantes e artistas em suas diversidades sensoriais.
- As obras, oficinas e intervenções propostas pela Exposição são provenientes do trabalho de artistas que convivem com diversidade funcional e diversidade sensorial⁵ (ROMAÑACH e LOBATO, 2009), tais como cegueira, surdez, limitação motora ou que majoritariamente se propõem, no seu fazer artístico, priorizar o acesso às pessoas que outrora foram marginalizadas pelas suas ditas “limitações” (GROCE, 2018).
- O planejamento, escolha de obras e mediação de visitas, oficinas e produção de conteúdo conta com equipe também sensorialmente diversa, o que torna o projeto tanto diversificado quanto complexo no que diz respeito a entender, planejar e propor soluções comunicacionais que abranjam todos os públicos.

Logo, a compreensão de como a dinâmica, a princípio, de cunho técnico-acadêmico de uma exposição colaborativa funciona e de como atender as necessidades comunicacionais avaliadas a partir de uma ótica do tensionamento da

² Entendemos que a terminologia “produtos de comunicação audiovisual” não atenderia o público de interesse de forma completa, logo, optamos por, nesta pesquisa, evidenciar a distinção entre o planejamento de produtos com atrativo visual e sonoro.

³ Neste trabalho optamos pelo termo *comunicação acessível* no intuito de elucidar as formas e os meios de comunicar que levam em consideração e tem também como público de interesse prioritário pessoas sensorialmente ou funcionalmente diversas.

⁴ Nos nossos escritos optamos por não utilizar palavras como: **pessoa com deficiência, pessoa portadora de deficiência e etc.**

⁵ Os autores ROMAÑACH e LOBATO só falam da diversidade funcional. Por adequação da linguagem e pela carga semântica que o referido termo carrega, decidimos pelo uso da expressão “diversidade sensorial”, ao invés de classificar como incapacidade ou deficiência. Em outros trabalhos de universidades catalãs, por exemplo, o termo “diversidade sensorial” já é estabelecido.

mescla de linguagens é de grande importância. Entendemos que um dos desafios impostos hoje aos museus, ou espaços expositivos, nesse caso ao espaço utilizado pela exposição multissensorial Entreates, é, de fato, o planejamento e gestão das estratégias de comunicação, as quais precisam oferecer aos visitantes a aproximação com grupos tradicionalmente excluídos (VALENTE, CAZELLI e ALVES, 2005, p. 95).

Diante do contexto e do objeto até aqui expostos, algumas **questões-problema** aparecem como inerentes à complexidade e diversidade da presente pesquisa, pois entendemos que para que o ambiente expositivo seja, de fato, eficaz na comunicação da mensagem do/a artista e da obra exposta é necessário haver um pensamento comunicacional quanto às intenções de todas as partes envolvidas, no entanto:

- Como é possível definir essas intenções ou conjunto de mensagens intencionadas (HOOPER-GREENHILL, 1998) e a partir de quais dispositivos e linguagens comunicacionais essas intenções serão transmitidas/representadas?
- Como deve se configurar o planejamento e a aplicação de produtos com atrativo visual e sonoro de uma Mostra Multissensorial? Que etapas constituem esse processo híbrido?
- E, levando um pouco mais a fundo: como comunicar o conteúdo de uma exposição, ou coleção de obras, de maneira que a maior variedade de públicos tenha acesso a este, em especial, o público sensorialmente diverso?

Esses são alguns questionamentos que, a princípio, se estabelecem como tensionadores das questões inerentes ao papel da comunicação dentro e fora dos espaços expositivos multissensoriais. Isto posto, acreditamos que é possível elucidar com mais clareza os **objetivos** da presente pesquisa, como expostos no quadro 1, a seguir:

Quadro 1 – Síntese dos objetivos da pesquisa

Esta pesquisa se propõe a:	DIAGNOSTICAR e COMPREENDER as necessidades de acessibilidade comunicacional da Exposição Multissensorial Entreates e PLANEJAR soluções – em termos de dispositivos e
-----------------------------------	--

	linguagens – comunicacionais que atendam aos visitantes no contexto da diversidade sensorial a partir de manuais, práticas recorrentes e também a Legislação brasileira quanto a acessibilidade comunicacional em espaços museais.
Com a finalidade de:	PERMITIR o acesso comunicacional de visitantes com diversidade sensorial às mensagens dos/as artistas e ao projeto Entreates, com base nos princípios do Desenho Universal, <i>Barrierefreie Kommunikation</i> (BfK) e iniciativas propostas por manuais de comunicação para museus, galerias e outras iniciativas, no sentido de oferecer o acesso autônomo e significativo às obras, às performances e às oficinas previstas e de, assim, PROPICIAR uma experiência cultural marcante/emancipadora para todos os visitantes, independentemente de seu universo sensorial.
Para:	FOMENTAR estudos e projetos que enfoquem a acessibilidade e a inclusão cultural no campo da Comunicação, a partir do caso prático de uma exposição multissensorial pensada para integrar e se comunicar com todos os públicos.
O que irá permitir:	OBTER – e OFERECER ao campo acadêmico e cultural – um registro, fundamentado de modo teórico-aplicado, do trabalho de planejamento e de aplicação de produtos comunicacionais acessíveis, desenvolvidos no âmbito de uma exposição multissensorial, o qual poderá contribuir como referência para se (re)pensar a questão da acessibilidade desde o contexto da concepção até o da finalização de mostras e exposições.

Fonte: Elaboração do autor

Em relação **às justificativas** para a realização do presente estudo, é preciso que pontuemos, *a priori*, que o século XXI se tornou, tanto pelo desenvolvimento quanto pela valoração cultural e tecnológica, um período de desafios, e nestes se incluem o acesso à informação por todas as pessoas em todos os espaços. Alguns documentos universalmente compartilhados fazem alusão à necessidade desse acesso e à importância que a participação de todas as pessoas na vida cultural e política tem.

Em 2006, na Convenção para os Direitos de Pessoas com Deficiência da Organização das Nações Unidas⁶ (ONU), foram acordados alguns princípios a serem seguidos para que o acesso de todos a tudo fosse garantido. No Artigo 3 do referido documento, ficaram estabelecidos os princípios gerais, tais como: respeito à dignidade, à autonomia individual e à liberdade de escolha; não discriminação; respeito e aceitação de pessoas funcionalmente diversas e aceitação de que a

⁶A Convenção está disponível em:

<https://www.un.org/disabilities/documents/convention/convoptprot-e.pdf>.

diversidade é parte da humanidade; igualdade de oportunidades e também acessibilidade. Essas diretrizes básicas além de fazerem parte do Acordo Universal, na Constituição Federal Brasileira de 1988 são asseguradas a todas as pessoas no que abrange o território nacional.

Já o Artigo 9 (Acessibilidade) da referida Convenção, diz respeito exclusivamente às medidas que devem ser consideradas para que pessoas com ou sem diversidade sensorial ou funcional tenham sua parcela de cidadania garantida. Princípios como: permitir que pessoas com deficiência vivam e participem completamente de todos os aspectos da vida, como acesso a prédios, rodovias, transporte, escolas e outros. Nesse contexto, o Artigo 9 ainda diz que é de responsabilidade do Estado assegurar, fomentar e incentivar que sejam desenvolvidas, promulgadas e monitoradas implementações com padrões mínimos e diretrizes para acessibilidade façam parte das dependências de tudo aquilo que seja denominado como público ou seja de acesso público, sendo as comunicações, tecnologias e facilidades no acesso a informações, de forma geral e específicas, inclusas.

Nos Artigos 29 (Participação Política e Vida Pública) e 30 (Participação da Vida Cultural e Recreativa, e o Lazer e ao Esporte) as diretrizes são mais específicas ao objeto de estudo aqui apresentado. Eles dizem que “pessoas com deficiência” (ONU, 2006, p. 22) devem ter acesso garantido a todos os espaços públicos ou de visita pública, assim como também poder efetivamente poder se expressar e participar de tudo que lhes convém ou lhes é de interesse.

Como também anteriormente mencionado,

Nos museus e espaços expositivos brasileiros, a agência reguladora do acesso e gestão é o IBRAM – Instituto Brasileiro de Museus, que nos *Cadernos Museológicos* de 2012 (INSTITUTO PORTUGUÊS DE MUSEUS, 2004 *apud* COHEN, DUARTE e BRASILEIRO, 2012, p. 39) toma a acessibilidade como:

[...] entendida num sentido lato. Começa nos aspectos físicos e arquitetônicos, mas vai muito além, uma vez que toca outras componentes determinantes, que concernem aspectos intelectuais e emocionais: acessibilidade da informação e do acervo. Uma boa acessibilidade do espaço não é suficiente. É indispensável criar condições para compreender e usufruir os objetos expostos num ambiente favorável. Para além disso, acessibilidade diz respeito a cada um de nós, com todas as riquezas e limitações que a diversidade humana contém e que nos caracterizam, temporária ou permanentemente, em diferentes fases da vida.

Nisso a ABNT – Associação Brasileira de normas Técnicas na NBR (Norma Brasileira) 9050/2004⁷ define também acessibilidade como “a possibilidade e condição de alcance, percepção e entendimento para utilização com segurança e autonomia de edificações, espaço, mobiliário, equipamento urbano e elementos”.

Nos cadernos do IBRAM (2012), algumas recomendações são feitas quanto ao acesso aos espaços, rotas, sinalização e outras questões logísticas inerentes a espaços públicos, agora tidas como normalizadoras, para que “todas” tenham acesso, no entanto, no que diz respeito à mensagem, à interação e às necessidades de comunicação destinada a públicos diversos, os Cadernos falham na abordagem de estratégias e diretrizes para os mesmos, apenas apresenta algumas iniciativas outrora isoladas, porém não normatizadas.

Alhures, como no distrito da Catalunia, outras regiões espanholas e também Portugal e França, os manuais e diretrizes que regem os museus e outros espaços culturais têm bem delimitados e claros estratégias, conceitos e tecnicidades quanto à comunicação, multissensorialidade e acesso às mensagens e às obras dentro de espaços expositivos. Logo, uma perspectiva nacional, levando em conta iniciativas locais e internacionais de acessibilidade, é importante para se entender como podemos trabalhar cultura, comunicação e acessibilidade conjuntamente.

Nos aspectos que justificam o pesquisar deste trabalho, academicamente, esta é uma pesquisa que busca colocar em evidência, em caráter experimental e inovador, no âmbito da Comunicação, teoria e prática, ao propor um objeto cujo trabalho sobre se dá tanto no campo da reflexão-analítica quanto no campo da produção a partir da integração do pesquisador no campo empírico, que é a exposição Multissensorial Entreartes.

Nesse sentido, o trabalho busca dialogar, em alguma medida, com o que sugere o pesquisador brasileiro, José Marques de Melo, que afirmava: “A maior carência denotada na pesquisa brasileira de comunicação é justamente a concepção de novos sistemas, produtos, gêneros e formatos midiáticos capazes de superar a sordidez simbólica dos conteúdos hegemônicos” (MELO, 2005, p. 15).

Quanto à cientificidade, o trabalho busca estabelecer um importante diálogo entre diferentes áreas do conhecimento (comunicação, arte, cultura, acessibilidade,

⁷http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/NBR9050.pdf

direito/legislação), visando contribuir também para o campo dos estudos interdisciplinares da comunicação, colocando, nesse sentido, nossa área (a Comunicação) em evidência, o que se percebe pelo recorte do objeto de estudo. É, em alguma medida, uma contribuição que supre as lacunas nos estudos da temática da acessibilidade na área da Comunicação, em especial no campo do Audiovisual.

Socialmente, a pesquisa está voltada à discussão de um tema que, essencialmente, visa atender, por meio dos recursos da comunicação sonora e visual, uma camada expressiva da sociedade brasileira: as pessoas sensorialmente e funcionalmente diversas, e ao enfatizar os direitos destas no tocante ao acesso à informação, à cultura e à arte, também evidenciar a potencialidade desse público como artista e agentes culturais. O trabalho coloca a sociedade em diálogo horizontalizado a partir da abordagem do tema das diversidades sensoriais.

Dito isto, é importante ressaltar que a trajetória do autor/pesquisador do presente trabalho, – em diálogo com a equipe de produção responsável pela referida exposição, a partir do envolvimento com o Grupo de Pesquisa Acesso Livre – constituiu-se como ponto de partida para a realização da presente pesquisa. Desde o ingresso na Universidade de Brasília, o contato com grupo majoritariamente diverso, incluso surdos e cegos, principalmente pela participação em projetos de extensão, configura-se como passo acadêmico articulador de inquietações científicas e mobilizou um olhar diferenciado para as problemáticas de comunicação enfrentados por estes públicos, sendo estas aqui refletidas em um campo mais delimitado e aprofundado.

Além disso, algumas outras inferências são importantes quanto a abordagem do tema e do objeto aqui recortado, estamos em um momento mais que oportuno para se trabalhar questões como acessibilidade, diversidade; em especial pelas possibilidades que os diferentes meios e linguagens da comunicação apresentam a partir do dinâmico processo de transformação tecnológica.

A pesquisa está voltada para uma questão/tema amplo, que é o da acessibilidade, mas, ao mesmo tempo, volta-se à discussão de um tema particular ao propor a abordagem compreensiva do tema da “diversidade sensorial” sob a ótica artística, cultural e comunicacional. Assim também a pesquisa busca des(en)cobrir as questões-problemas que circunda a aplicabilidade dos conceitos e estratégias em um caso específico, que é o da exposição Entreartes.

A exposição foi concebida como resultado de pesquisas, consultorias e construção colaborativa entre professores, estudantes, agentes culturais e artistas no âmbito do grupo de pesquisa e extensão Acesso Livre da Universidade de Brasília. O projeto surge dentro do referido grupo de pesquisa na liderança da profa. Helena Santiago, quando viu na proposta de Marshall McLuhan, Harley Parker e Jacques Barzunde, em suas falas de 1969, a premissa da exposição. Os três autores apresentam o museu como um meio de comunicação que proporciona acesso à percepção sensorial e intuitiva de todas as coisas: enquanto o museu tradicional era uma derivação do texto impresso, com suas características lineares e visuais, o museu do futuro teria potencial para se tornar um meio multissensorial e provocador da participação de seu público, permitindo o envolvimento de todos os sentidos. Logo, a exposição tem a premissa de que a arte é um direito de acesso a todos. E todos, independentemente do seu universo sensorial, devem ter acesso à mensagem dos/as artistas e das obras.

1. COMUNICAÇÃO, MUSEU E ACESSIBILIDADE

Neste capítulo do trabalho, objetivamos elucidar três conceitos que se constituem como eixos de articulação teórica para o desenvolvimento da presente pesquisa. Iniciando pelos pontos de definição da função dos Museus, prosseguindo pelo campo da Comunicação e, em seguida, da Acessibilidade.

Como ponto de partida, o ICOM (Conselho Internacional de Museus), que regulamenta e propõe instruções normativas para as funções dos museus, atualmente, propõe como definição da função social dos espaços expositivos conceitos e abordagens que traduzem, em alguma medida, os objetivos do projeto da exposição *Entreartes*, a saber:

[museus] são participativos e transparentes e trabalham ativamente em parceria com a comunidade diversa, para coleccionar, preservar, pesquisar, interpretar, exhibir e aprofundar o entendimento de mundo, no intuito de contribuir para a dignidade humana, justiça social, igualdade e bem-estar⁸ (ICOM, 2019) (tradução nossa).

Sendo assim, além da questão do acesso, transparência e inteligibilidade da mensagem museal, a arquitetura da comunicação, se assim podemos dizer, é quem dinamiza as relações entre as partes envolvidas no ambiente museal. Hooper-Greenhill (2000 *apud* PAIS 2015, p. 87) diz que a comunicação de museus do século XIX e XX era feita de forma unilateral entre o emissor (exposição, curadoria, museu) e o receptor/a (visitante) e era destinada apenas para certa parte da sociedade intelectualizada. Logo, o aparato comunicacional utilizado pelos museus, além de ser, de certa forma, excludente, assemelhando-se, de algumas formas, com o que conhecemos nas Teorias de Comunicação como a “Comunicação de Massa” (HOHLFELDT, 2010, p. 235), pois a visita não proporcionava algum nível dinâmico e/ou complexo de interação direta do/com o indivíduo.

Depois das intervenções do ICOM, os museus, ou os ambientes expositivos, passaram, assim, a ser, em alguma medida, mais democráticos em relação ao acesso e a concentrar o encontro entre o cidadão/visitante e o objeto artístico. Além de promover esse encontro, hoje, os museus são percebidos como recursos

⁸ Do inglês: “*They are participatory and transparent, and work in active partnership with and for diverse communities to collect, preserve, research, interpret, exhibit, and enhance understandings of the world, aiming to contribute to human dignity and social justice, global equality and planetary wellbeing*”. Disponível em: <https://icom.museum/en/activities/standards-guidelines/museum-definition/> Acesso em: 30 ago. 2019.

importantes para as comunidades e, particularmente, para a saúde mental e física dos indivíduos, como também para o bem-estar (THOMSON e CHATTERJEE, 2015). Assim, o museu ou o espaço expositivo se configura como ambiente social, de troca de experiência, interação e educação, onde objeto, espaço e cidadão/cidadã fazem parte de um processo plural de troca, ou seja, de comunicação.

1.1.COMUNICAÇÃO E MUSEUS

Quando se trata de comunicação em museus, a problemática comunicacional se junta à museal, se tornando assim, um campo de estudos multidisciplinar, onde estratégias e percepções levam, ou devem levar em conta, a experiência de agentes culturais e iniciativas desenvolvidas pelos estudos museais e comunicacionais.

Contenot (2011) diz que o ambiente expositivo tem por vocação o compartilhar com o maior número de pessoas as riquezas que eles possuem, sem se esquecer das necessidades do grande público, o que dialoga com o proposto por Velente, Cazelli e Alves (2005, p. 198), quando estes afirmam que a comunicação se tornou o centro da cultura museal, especialmente porque a comunicação redimensionou o aspecto educacional e das práticas sociais, pois acompanha as redefinições de tempo e espaço operados pela contemporaneidade.

Para elucidação de termos, por exemplo, a definição de Comunicação encontrada na *Enciclopédia Intercom de Comunicação* (INTERCOM, 2010) é, *a priori*, em um sentido *lato*, a troca de informações entre uma fonte ou emissor e um receptor, no entanto, esse conceito apresentando por Harold Lwaswell foi, de certo modo, reconfigurado e a ele agregou-se mais significado ao longo do século XX, pois até então entendia-se que só o emissor era o “detentor do conhecimento”, hoje, considera-se a Comunicação como uma via de mão dupla, “uma espécie de negociação de sentidos, conforme as teorias contemporâneas da análise de conteúdo” (O’SULLIVAN *et al.*, 2001 *apud* HOHLFELDT, 2010, p. 235).

Logo, o que foi apresentado como modelo de comunicação em museus nos séculos passados, levava em conta apenas aquilo que o curador ou equipe curatorial queria emitir ao visitante, não avaliando se o visitante iria de fato entender ou ter efetiva compreensão da mensagem ou não (PAIS, 2015, p. 25).

Para Vinent Cárdenas, Martín Piñol e Gustems Carnicer (2015) os museus são concebidos como espaços de comunicação, com a intenção de transmitir conceitos simbólicos, carregados de significados cultural e, a partir de sua função comunicativa, é possível estabelecer um vínculo entre museu, público e sociedade. Estudos recentes apontam o crescente uso de dispositivos externos a obra ou externos e complementares ao que está exposto, agindo como mediadores de comunicação cultural, sendo estes dispositivos tabelas de peças, os textos de contextualização, os diagramas, impressos ou os meios áudio/visuais, para a efetividade da comunicação e total compreensão das mensagens

No que trata do fazer cultural, cada tipo de artista tem uma experiência estética diferente e cada visitante ou espectador tem uma percepção estética também diferenciada ou individualizada, logo a comunicação é a ponte, de troca e interação, entre o/a artista e o/a visitante/espectador para o sentido desejado de entendimento da mensagem artística da obra ou intervenção.

No que compreende aos estudos museais – no caso específico deste trabalho, a exposição Entreates – exposições tem, na maioria dos casos, uma mensagem clara que dialoga com as propostas que vão do plano de divulgação até as intervenções, oficinas e ações educativas elaboradas pela equipe curatorial, artistas, equipe de mediação e produção de conteúdo e divulgação. Logo, o “fazer” comunicacional-cultural-expositivo interage, ou se entrecruza, com diversas equipes, pessoas e, principalmente, diversas necessidades. Logo, um planejamento dessa gama de mensagens intencionadas se faz necessário.

1.2.ACESSIBILIDADE

Na atualidade, a acessibilidade não diz respeito apenas a espaços físicos, como era – de modo recorrentemente e limitadamente – entendida. Hoje, tal questão compreende todas as áreas as quais um indivíduo possa ter acesso, inclusive a área intelectual, cultural, de lazer e recreação. No Brasil, o Decreto Nº 3.298, de 1999, dispõe sobre a Política Nacional para Integração da Pessoa Portadora de Deficiência. E o Decreto Nº 5.296/2004, conhecido como Decreto de Acessibilidade, regulariza a Lei Nº 10.098/00, que define acessibilidade por:

[...] possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias, bem como de outros serviços e instalações abertos ao público, de uso público ou privados de uso coletivo, tanto na zona urbana como na rural, por pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida (BRASIL, 2000).

Para Dias (2019, p. 14), além de tal definição normativa/legislativa, para se entender o termo *acessibilidade* por completo, deve-se considerar ainda o público de interesse de projetos acessíveis. Citando a Constituição (BRASIL, 2009a; BRASIL, 2004), Dias (2019) diz que no “conceito é estabelecido que a “pessoa com deficiência possui “impedimentos”, os quais encontram barreiras que obstruem a plena participação do indivíduo na sociedade”, sendo eles “impedimento motor, cognitivo e sensorial”. À luz destas afirmações, um conceito ou definição geral não é completamente aclarado, mesmo depois de tantos anos em discussão.

A definição de acessibilidade encontrada no documento *Cadernos Museológicos* (COHEN, DUARTE e BRASILEIRO, 2012, p. 39) é:

[...] entendida num sentido lato. Começa nos aspectos físicos e arquitetônicos, mas vai muito além, uma vez que toca outras componentes determinantes, que concernem aspectos intelectuais e emocionais: acessibilidade da informação e do acervo. Uma boa acessibilidade do espaço não é suficiente. É indispensável criar condições para compreender e usufruir os objetos expostos num ambiente favorável. Para, além disso, acessibilidade diz respeito a cada um de nós, com todas as riquezas e limitações que a diversidade humana contém e que nos caracterizam, temporária ou permanentemente, em diferentes fases da vida.

No entanto, as definições e significações de *acessibilidade* se mesclam com os da *inclusão* para alguns, de modo que também é possível encontrar a definição de inclusão no mesmo documento denominado *Cadernos Museológicos*, a saber:

A inclusão é o processo pelo qual a sociedade e o portador de deficiência procuram adaptar-se mutuamente tendo em vista a equiparação de oportunidades e, conseqüentemente, uma sociedade para todos. A inclusão significa que a sociedade deve adaptar-se às necessidades da pessoa com deficiência para que esta possa desenvolver-se em todos os aspectos da sua vida. (SASSAKI, 1999 *apud* COHEN, DUARTE e BRASILEIRO, 2012, p. 51).

O que podemos perceber, na comparação entre as duas significações encontradas é que a *inclusão* parte do pressuposto de que a sociedade deve “incluir” aqueles que possuem uma diversidade, inserindo-os gradativa e completamente na

vida cotidiana, em sociedade, das pessoas ditas “normais”. Se paramos para pensar em soluções para inclusão, a princípio em espaços arquitetônicos, a rampa de acesso para um cadeirante é um tipo de inclusão, mas se uma outra pessoa que tem um carrinho de bebê também a utiliza, por exemplo, a rampa se torna uma facilidade à sociedade, se tornando assim, acessível. Um idoso ou pessoas com crianças pequenas também podem usar desta mesma rampa, já que serve de *facilitadora* aos objetivos daqueles que a utilizam. Esta é a mentalidade com que seguimos no desenvolvimento deste trabalho, pensar facilidades que atendam a todos e todas, e não que sanem apenas algumas necessidades momentâneas ou permanentes de grupos específicos.

Ainda segundo Dias (2019), investigando o panorama de “pessoas com deficiência”, o Censo do IBGE de 2010 aponta que “45,6 milhões de pessoas possuem pelo menos uma das diversidades funcionais investigadas” e esse número tende a crescer, levando em conta o envelhecimento da população, e consequentemente as “limitações” associadas a esse fator, como os casos de diminuição da mobilidade, visão, audição e habilidades cognitivas (THATCHER *et al.*, 2006 *apud* DIAS, 2019).

À parte da Legislação Brasileira, no que tange à gestão e acesso a espaços museais, o IBRAM – Instituto Brasileiro de Museus é a instituição reguladora que aponta diretrizes e estratégias para a difusão e acesso à vida cultural, juntamente com a Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT, que estipula regras técnicas quanto às especificidades a serem adotadas nos espaços públicos, ou que sejam abertos ao público.

1.2.1. Diversidade sensorial e funcional

Neste trabalho, optamos por não utilizar o termo “pessoa com deficiência ou discapacitada”, assim, julgamos mais oportuno adotar uma corrente mais humanista e inclusiva, sem a carga de preconceito que os termos anteriormente apontados denotam, mesmo que inconscientemente. Nesse sentido, entendemos que o termo *Diversidade Sensorial/Funcional* se apresenta como mais adequado, ainda que não seja tão difundido e utilizado no que diz respeito ao trato das pluralidades perceptivas e sensoriais da espécie humana no contexto brasileiro.

As primeiras inferências de ambos os termos aparecem em escritos encontrados na Espanha, onde políticas de acesso à informação, respeito às diferenças e valoração da dignidade humana são vistas em uma perspectiva diferenciada e dignificadora há mais tempo que em outros países. Grande parte dos autores que pesquisam sobre a multissensorialidade, políticas e meios de uniformização da acessibilidade são catalães, tais como Vinent Cárdenas, Martín Piñol e Gustems Carnicer (2015), Gómez del Águila (2012) e Canimas Brugué (2015).

Entendemos que o termo adotado nos leva a refletir sobre como abordar temas sensíveis e também a pensar de maneira mais dinâmica e complexa sobre métodos de criação de conteúdo, implementação e divulgação, pautados na premissa de que se queremos tratar o público diverso de forma igualitária, se faz necessário também o uso de uma linguagem plural igualitária que abranja a todos os espectros funcionais e sensoriais do público de interesse.

Vale ressaltar ainda que a utilização do termo não exclui a forma corrente com que os próprios indivíduos funcionalmente e sensorialmente diversos se denominam quando dizem serem portadores de tal deficiência. A utilização de ambos é concomitante, não concorrente, pois entendemos que os direitos políticos, inclusão e participação na vida pública parte a partir da proposta da ONU para o enquadramento social dessa parcela da sociedade que se dá/deu graças a universalização da utilização do termo portador/a de deficiência.

1.2.2. O Desenho Universal

Outro conceito importante a ser entendido para o prosseguimento deste trabalho é o do *Desenho Universal* (entendido em alguns âmbitos também por Desenho de Serviços ou Design Universal). No documento *Cadernos Museológicos* (COHEN, DUARTE e BRASILEIRO, 2012, p. 42), os autores apontam que “o termo universal design foi primeiramente usado por Ronald Mace em 1985” e, desde então, outros termos relacionados têm sido adotados na literatura especializada, “como arquitetura inclusiva, desenho inclusivo e projeto inclusivo”, todos relacionados à filosofia do Desenho Universal.

Nesse âmbito, a proposta é que espaço e produtos atendam a todos e todas, independente do seu universo sensorial ou funcional. Simões e Bispo (2003, p. 33) assinalam que:

O desafio inerente à abordagem proposta pelo Design Universal deve ser entendido como uma inspiração para um bom projeto e não como um constrangimento sendo a universalidade de utilização um limite inatingível que ao ser perseguido promove um processo de melhoramento continuado do mundo construído.

Logo, a utilização de conceitos e a pesquisa destes no desenvolvimento e planejamento de produtos ou intervenções, permanente ou temporárias, devem estar à luz dos estudos acima mencionados, já que propomos um planejamento de produtos e organização acessível a todos e todas.

Sete princípios são inerentes ao Desenho Universal, e devem ser levados em consideração quando elaborados produtos que querem ter diálogo com tal proposta (COHEN, DUARTE e BRASILEIRO, 2012, p. 42).

Primeiro, o *uso equitativo* diz que o *design* é útil e comercializável às pessoas com habilidades diferenciadas. Assim, é preciso proporcionar a mesma forma de utilização a todos os usuários – idêntica se possível ou adaptada de maneira equivalente quando necessário. Tal princípio também apregoa que o *design* deve estar igualmente ao alcance de todos os usuários e ser apelativo a todos os utilizadores.

Segundo, a *flexibilidade no uso* diz que o *design* deve atender a uma ampla gama de indivíduos, preferências e habilidades, permitindo ao usuário a escolha na forma de utilização e também garantir a adaptabilidade no ritmo da utilização.

Terceiro, o *uso simples e intuitivo* diz que o uso do *design* deve ser de fácil compreensão, independentemente de experiência, nível de formação, conhecimento do idioma ou da capacidade de concentração do usuário. Logo, eliminar complexidade desnecessária, ampliar a capacidade linguística e organizar informações de acordo com a sua ordem de importância são recursos a serem implementados.

Quarto, a *informação perceptível* diz que o *design* comunica eficazmente ao usuário as informações necessárias, independentemente de sua capacidade sensorial ou de condições ambientais. Fazer o uso de diferentes modos (pictográfico, verbal, tátil) para apresentar de forma redundante informações essenciais,

maximizar a “legibilidade” de informação essencial e diferenciar os elementos em formas que possam ser descritas (isto é, tornar fácil dar instruções ou orientações).

Quinto, a *tolerância ao erro* diz que *design* minimiza o risco e as consequências adversas de ações involuntárias ou imprevistas. Deve-se ordenar os elementos de forma a minimizar riscos e erros, garantir avisos de riscos e erros e proporcionar características de falha segura.

Sexto, o *mínimo esforço físico* diz que o *design* pode ser usado eficiente e confortavelmente e com um mínimo de fadiga. Deve-se permitir ao usuário manter uma posição neutra do corpo, usar forças razoáveis para operar e minimizar operações repetitivas.

E por fim, a *dimensão e espaço para aproximação e uso* diz que no *design* universal são providenciados tamanhos e espaços apropriados para aproximação, alcance, manipulação e uso, independentemente do tamanho do corpo, postura ou mobilidade do utilizador. Deve-se providenciar um campo de visão livre de elementos importantes para qualquer usuário sentado ou de pé, tornar o alcance a todos os componentes confortável para qualquer usuário sentado ou de pé e acomodar variações no tamanho da mão ou da sua capacidade de agarrar.

1.2.3. *Barrierefreie Kommunikation* (BfK)

Finalizando tal tópico sobre acessibilidade, no percurso da pesquisa, nos deparamos com uma corrente de estudos compartilhada por alguns países europeus, em especial um centro de pesquisa linguístico-comunicacional suíço: a corrente teórica estudada é a *Barrierefreie Kommunikation* (BfK), podendo ser traduzido por Estudos em Comunicação Acessível ou Sem Barreiras. A princípio, a definição que o *Schweizer Zentrum für Barrierefreie Kommunikation* (Centro Suíço de Comunicação Acessível), em parceria com a *Universität Hildesheim* (Universidade de Hildesheim) atribuem a tal campo de estudos é que:

[...] a comunicação sem barreiras, ou acessível, inclui todas as medidas para sanar barreiras de comunicação em diferentes campos de ação situacionais. Barreiras de comunicação podem existir em relação as funções sensoriais e/ou pré-requisitos cognitivos dos participantes da comunicação, bem como aos requisitos linguísticos,

especificidades do assunto, técnicos, culturais e de mídia, que fornecem textos/informações aos destinatários⁹ (tradução nossa).

Em algumas publicações encontradas no *website* do projeto suíço, as aplicações dos conceitos estudados são em grande parte voltadas para a área cultural, como filmes, peças teatrais, dentre outros.

Os conceitos abrangidos pela corrente são: *tradução e interpretação em linguagem fácil* – a saber: traduzir uma linguagem mais formal e cheia de arcabouço para uma forma mais simples e explicada e, depois dessa versão, interpretação para língua de sinais; *comunicação por meio de dispositivos tecnológicos ou assistivos* – a saber: totens eletrônicos interativos, dispositivos de *PDA*, tablets; dentre outros, como, *audiodescrição, transcrições em braile para leitura fácil*, além de outros dispositivos e meios de adaptação, sempre envolvendo recursos linguísticos e comunicacionais.

Esses conceitos dialogam bilateralmente com as propostas e intervenções comunicacionais voltadas para a acessibilidade. Algumas dessas definições serão aprofundadas na próxima parte do trabalho, na qual faremos o diálogo entre as iniciativas e diretrizes propostas por manuais instrucionais para museus e exposições.

⁹ Do alemão: “*Barrierefreie Kommunikation umfasst alle Maßnahmen zur Eindämmung von Kommunikationsbarrieren in unterschiedlichen situationalen Handlungsfeldern. Kommunikationsbarrieren können mit Blick auf die Sinnesorgane und/oder die kognitiven Voraussetzungen der Kommunikationsteilnehmer bestehen sowie mit Blick auf die sprachlichen, fachsprachlichen, fachlichen, kulturellen und medialen Anforderungen, die Texte an die Rezipientinnen und Rezipienten stellen.*” Disponível em: <https://www.zhaw.ch/de/linguistik/forschung/kompetenzzentrum-barrierefreie-kommunikation/> Acesso em: 15 ago. 2019.

2. MANUAIS, RECOMENDAÇÕES E INICIATIVAS PARA COMUNICAÇÃO E ACESSIBILIDADE EM MUSEUS, MOSTRAS E EXPOSIÇÕES

Neste capítulo, elucidamos as recomendações que encontramos em manuais, instruções para a adequação de espaços, sinalização, conteúdo, dentre outras iniciativas nacionais e internacionais, pois, para iniciarmos o nosso planejamento, entendemos que precisamos, primeiro, ter conhecimento de exemplos, pesquisas e estratégias adotadas nacional e internacionalmente em ambientes expositivos; e também saber das necessidades de material, dispositivos e estratégias comunicacionais que cada público necessita a fim de implementá-los como ferramenta de comunicação comum ao grande público.

Como ponto de partida, o livro *Multidisciplinary In Audiovisual Translation* (2012) no capítulo “Museu para Todos”, as autoras (JIMÉNEZ HURTADO, SEIBEL E SOLER GALLEGO, 2012, p. 355) afirmam que a acessibilidade museal pode ser dividida em duas áreas fundamentais: acessibilidade física e acessibilidade de conteúdo (recursos educativos e recursos acessíveis adaptados aos diferentes públicos). Para a acessibilidade de conteúdo, os seguintes recursos disponíveis são listados:

Quadro 2 – Classificação dos recursos de acessibilidade museal para visitantes

General (adultos)	<p>Guía multimedia: imagen, audio, vídeo.</p> <p>Audioguía adaptada a duración y temática diversas.</p> <p>Recorrido autónomo adaptado a duración y temática diversas.</p> <p>Visita guiada adaptada a duración y temática diversas.</p> <p>Colección en línea.</p> <p>Visita virtual en línea.</p> <p>Recursos multimedia en línea: <i>podcast</i>, vídeo, audio.</p>
Personas con diversidad funcional visual	<p>Audioguía: indicaciones sobre recorrido y ubicación, audiodescripción del entorno y de expositivos.</p> <p>Audiodescripción de audiovisuales.</p> <p>Locución de texto impreso.</p> <p>Visita guiada (táctil) con descripción verbal: autónoma con audioguía o en grupo.</p> <p>Plano en relieve.</p> <p>Maqueta.</p> <p>Modelo.</p> <p>Reproducción.</p> <p>Textura.</p> <p>Olor.</p>

	Impresión en termorrelieve. Reproducción en macrocaracteres. Reproducción en alto contraste.
Personas con diversidad funcional auditiva	Signoguía. Visita guiada en lengua de signos. Subtitulado e interpretación de lengua de signos de audiovisuales. Transcripción de audio y vídeo. Sistemas de audición asistida: bucle magnético, lazo de inducción. Audioguía compatible con sistema de audición asistida.
Personas con diversidad funcional psíquica o intelectual	Visita guiada adaptada. Taller adaptado. Grupo de trabajo.
Personas con diversidad funcional física	Diseño de edificio e instalaciones adaptado. Mapa de accesibilidad del museo.

Fonte: Hurtado, Seibel e Gallego (2012, p. 356)

A partir desta lista, encontramos diálogo entre os conceitos teóricos apontados no capítulo anterior e também em guias para acessibilidade, planejamento e implementação a espaços expositivos.

Iniciando pelo contexto brasileiro, nos *Cadernos Museológicos* do IBRAM (COHEN, DUARTE e BRASILEIRO, 2012) um compilado de recomendações, de atividades executadas e também em implementação é sistematizado, assim como também normas desenvolvidas em parceria com a ABNT. A seguir, listamos as recomendações que consideramos relevantes e contributivas no contexto do presente trabalho.

A primeira recomendação é quanto ao piso tátil, que direciona as pessoas com diversidade funcional visual. O IBRAM (Instituto Brasileiro de Museus) diz que a função do piso é indicar “um percurso livre de barreiras” e “ele deverá possuir textura diferente do resto do calçamento” e deve também ter marcas de alerta quanto ao início e fim do percurso expográfico da proposta museal (COHEN, DUARTE e BRASILEIRO, 2012, p. 92). A proposta do piso, além de direcionar os visitantes com diversidade, também serve para o grande público, pois se leva em consideração o entendimento que o contraste do percurso guiado é de fácil entendimento e evidencia o percurso comum proposto.

Segundo, quanto à sinalização por texto dentro do espaço, a NBR (Norma Brasileira) 9050/2004 da ABNT é a recomendação utilizada (COHEN, DUARTE e BRASILEIRO, 2012, p. 113). Segundo a referida norma, “as características da

composição dos textos têm relação direta com a distância de leitura e a qualidade da iluminação” e o objetivo é proporcionar conforto ao maior “número de visitantes possível”, precauções quanto ao local, estimativa de público, estilo de fonte e cores devem ser levadas em consideração quando elaborados textos fixos ou placas.

Terceiro, para telas e quadros de projeção, o IBRAM recomenda que telas de projeção ou exibição “devem estar situados dentro da zona de alcance visual comum à maioria dos visitantes” (COHEN, DUARTE e BRASILEIRO, 2012, p. 119) para que a mensagem seja linear a todos e todas.

Quarto, sobre a exibição de objetos e a sinalização em braile, a altura recomendada para totens, mesas, bancadas e expositores é entre 0,90 e 1,20 metros (COHEN, DUARTE e BRASILEIRO, 2012), margem de alcance e de comodidade para quem usa cadeira de rodas ou que precise fazer o percurso háptico (**tátil**) de uma obra ou informações em braile.

No tocante à realidade portuguesa, o trabalho Acessibilidade de Museus Europeus para Deficientes Visuais (MESQUITA, 2011) assinala que para o acesso à interpretação da obra, no contexto da pessoa com a visão funcionalmente diversa, a “comunicação com os objetos está ligada ao acesso, por meio do tato, aos objetos e à informação auditiva sobre os mesmos” (MESQUITA, 2011, p. 34), logo, o suporte por meio de macro caracteres, braile, áudio e *videoguia*¹⁰ ou suporte informático ajuda a transmitir a mensagem da obra. Nesse sentido, o referido trabalho faz considerações que julgamos relevantes.

No que diz respeito a publicações, catálogos e material de informações de uma exposição ou museus, Mesquita (RNIB ET VOCALEYES, 2003 *apud* 2011, p. 37) diz que o aconselhável é “o tamanho de letra 14 pontos, a usar um contraste forte entre o texto e o suporte e a não colocar texto sobre imagens ou diagramas” e que também “devem colocar-se margens extralargas pois permitem uma melhor abertura da publicação e consequente leitura.” Outro ponto importante quanto ao material impresso ou digital de comunicação são as cores, a referida autora diz que “o uso de cores, tamanhos e formatos distintivos” (*idem, ibidem*) ajudam tanto pessoas com diversidade funcional visual quanto idosos e crianças. Além disso, quando se trata de um arquivo digital, como o PDF, é necessário se atentar ao

¹⁰ Adotamos o termo videoguia corroborando a terminologia proposta na Tese de Doutorado da pesquisadora Patrícia Tuxi dos Santos (2016).

software utilizado para a diagramação e publicação. As imagens devem ser etiquetadas (*tag*) com o Texto Alternativo (<alt>) dentro do próprio programa para que leitores de tela para computadores e celulares possam identificar a descrição da imagem.

Além disso, para alguns leitores, uma quantidade excessiva de caracteres em uma mesma linha pode causar confusão, logo a recomendação é usar no máximo 50 caracteres por linha, com espaço regular, alinhado a esquerda e o texto deve ser disposto com o maior contraste possível, pois sabe-se que idosos e pessoas funcionalmente diversas com baixa visão tem maior facilidade com os caracteres claros (em branco ou amarelo claro) sobre fundo escuro (preto) do que o oposto (MESQUITA, 2011, p. 39).

Já no inerente à sinalização do espaço, o visitante deve ter acesso a informações suficientes que o possibilite autonomamente se orientar e também compreender a mensagem que lhe está sendo transmitida (MESQUITA, 2011, p. 38). No Manual do IBRAM (COHEN, DUARTE e BRASILEIRO, 2012, p. 116-119), a recomendação é que a sinalização use pictogramas de iconicidade internacionalmente popularizados e adotados pela NBR (Norma Brasileira) 9050/2004 da ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas.

Como recurso tátil, o manual de recomendações para Exposições Acessíveis (ANIA, 2016) do governo Catalão diz que, objetivando o atendimento para pessoas com diversidade funcional visual, é aconselhável ter em mente a utilização de réplicas das obras para que os visitantes possam discorrer hápticamente e que esta pode ser impressa em impressora 3D (ANIA, 2016, p. 37). Já para obras planas, o manual se refere à utilização de diagramas em relevo, que completa a obra e permite uma melhor compreensão, pois a explicação do contexto da obra por si só e mesmo com descrições mais acuradas não é considerada como suficientemente capaz de comunicar toda a mensagem (ANIA, 2016, p. 42)

Como dispositivo para pessoa com diversidade funcional visual, os guias falam sobre os *audioguias*. Mesquita (2011, p. 48) diz que estes “proporcionam informação gravada acerca de uma coleção ou espaço” e “podem ser usados para grupos com deficiências visuais ou para o público em geral”. Este recurso previamente gravado para o ambiente expositivo cultural ajuda os visitantes a se situarem nas visitas e ajudam a chamar atenção para algum recurso ou detalhe da

obra exposta e descreve em detalhes o que porventura passaria despercebido (MESQUITA, 2011, p. 48).

O manual catalão já aponta uma abordagem mais específica sobre os audioguias, eles falam sobre a audiodescrição (AD) em específico. A definição para o termo encontrado no manual é a seguinte:

A audiodescrição é um serviço de apoio a comunicação que consiste em um conjunto de técnicas e habilidades aplicadas com o objetivo de compensar a carência de captação visual contida em qualquer tipo de mensagem, provendo informação sonora adequada que traduz ou explica, de maneira que o receptor com diversidade funcional visual perceba a mensagem de forma harmoniosa e mais parecida possível com a forma que uma pessoa sem diversidade funcional visual percebe¹¹ (ANIA, 2016, p. 45) (tradução nossa).

Como características de uma AD para o audioguia, Mesquita (2011, p. 49) diz que o tempo de leitura para cada minuto de audiodescrição seja de 150 – 180 palavras e que um tom de voz entusiasmado é mais eficaz que informações escritas nas peças. A descrição deve indicar a dimensão da peça e se estão protegidas dentro de um recipiente de vidro ou não, assim como ressalta que também após a descrição é importante dar vida às peças descritas, começando por uma abordagem abrangente até uma mais específica.

Para o guia catalão, as recomendações quanto à AD são que: deve ser de fácil compreensão e pensada para o público mais diverso possível; pode tanto ser pensada para uma visita mediada quanto para uma visita autônoma; deve ser objetiva e descrever apenas o que está a vista, sem muita subjetividade; pode ser acompanhada de maquetes ou réplicas para o percurso háptico e deve ser precisa quanto à descrição das medidas, material e data da obra (ANIA, 2016, p. 46).

No que trata do videoguia, para Patricia Tuxi (2016, p. 177) tal recurso é uma forma de acesso que pessoas com diversidade funcional auditiva tiveram para obter informações variadas, cabendo ao usuário a opção pelas informações em língua portuguesa ou língua brasileira de sinais. No contexto dos espaços expositivos, o videoguia é usado para auxiliar o usuário surdo a adquirir informações importantes

¹¹ Do espanhol: “La audiodescripción es un servicio de apoyo a la comunicación que consiste en el conjunto de técnicas y habilidades aplicadas con objeto de compensar la carencia de captación de la parte visual contenida en cualquier tipo de mensaje, suministrando una adecuada información sonora que la traduce o explica, de manera que el posible receptor discapacitado visual perciba dicho mensaje como un todo armónico y de la forma mas parecida a como lo percibe una persona que ve.”

sobre a obra e este deve ser feito de forma dinâmica. Assim como na audiodescrição de obras precisamos de uma locução entusiasmada, no videoguia deve se usar de artifícios visuais e estruturação de curiosidades de forma assertiva e simples para a captura da atenção do usuário às informações expressas.

Um exemplo desse desenvolvimento pode ser encontrado no *tour* em língua de sinais americana que o *Mütter Museum of the College of Physicians of Philadelphia* (Museu Mütter da Faculdade de Medicina da Filadélfia) fez. Em tal videoguia, elementos imagéticos de exemplos são extremamente presentes, especialmente no videoguia sobre os Irmãos Siameses¹². As informações são dispostas em ordem não linear para uma narrativa comum de línguas escritas, mas em ordem de importância quanto aos fatos e curiosidades sobre a obra apresentada.

No contexto brasileiro, exemplos de videoguias podem ser encontrados no Museu de Arte Moderna de São Paulo – MAM SP. Até a escrita deste trabalho de conclusão de curso, a publicação que os educadores surdos e Tradutor e Interprete de Língua de Sinais (TILS) do museu elaboraram sobre o processo de criação e organização do videoguia no espaço ainda não tinha sido publicada. No entanto, em um relato oral da mediadora e TILS, Carolina Fomin, podemos ter um panorama sobre o processo. Segundo a referida mediadora, o processo é coordenado pelo setor educativo do museu, mas diferentes áreas são envolvidas, além da curadoria, comunicação, programa de parceiros, *marketing* e editora-crítica, educadores surdos também trabalham no desenvolvimento do dispositivo mediador. Outras exposições e ambientes de troca cultural também utilizam deste dispositivo como forma pontual de inclusão, ainda não totalmente aplicadas às suas exposições temporárias, como é o caso da Caixa Cultural e do Centro Cultural do Banco do Brasil – CCBB.

Para também acesso a conteúdos de forma multimodal áudio e/ou vídeo, imagens e breve descrição sobre assuntos tratados em exibição ou mostra, o manual espanhol *Guías multimedia accesibles: el museo para todos* (RUIZ, PAJARES, *et al.*, 2008, p. 29-52) aponta que essas informações são melhor acessadas ou tem uma maior visibilidade quando o público tem acesso dentro do espaço onde estão inseridas. Logo, um aplicativo próprio, instalado em dispositivos que possam ser

¹² O videoguia sobre os irmãos siameses pode ser acessado em:
<https://www.youtube.com/watch?v=PZztjq-VsQg>

acessados pelo público sem nenhuma barreira são recomendados para a interação entre os visitantes e os conteúdos adicionais da exposição.

Para as informações *on-line* sobre as atividades a serem desenvolvidas ou material de divulgação de uma exposição, algumas recomendações quanto à acessibilidade podem ser encontradas no manual catalão. A primeira consideração é quanto à navegação alternativa pela tecla TAB, com ordem de importância decrescente configurada corretamente. A segunda é a possibilidade de plena utilização de um leitor de tela com voz sintetizada, em que o conteúdo do *site* ou meio eletrônico está em ordem também decrescente quanto à importância da informação. O *site* da exposição ou mostra também precisa estar de acordo com a WAI (*Web Accessibility Initiative*) da comissão W3C (*World Wide Web Consortium*) que regulariza os *plugins* e meios de acesso a *sites web* de maneira igualitária e acessível.

No que se refere ao que são formas e recursos de tornar acessível a comunicação para pessoas com diversidade funcional visual, auditiva, visual e auditiva, intelectual e do espectro autista, as recomendações gerais são as seguintes:

Pessoas cegas e com baixa visão: audiodescrição, transcrição de textos em Braille ou caracteres ampliados com alto contraste, recursos táteis e multissensoriais, sinalização tátil e ampliada; Pessoas surdas e com deficiência auditiva: tradução em Libras, legendas em português e estenotipia; Pessoas com Surdo cegueira: transcrição de textos em Braille, estenotipia Braille, recursos táteis e multissensoriais e acompanhamento de Guia-Intérprete; Pessoas com deficiência intelectual: textos redigidos sob o código de Leitura Fácil, atividades práticas com recursos sensoriais e oficinas criativas; Pessoas com transtorno do espectro autista: ambiente tranquilo, silencioso, com equilíbrio de estímulos sensoriais e com poucas pessoas. Informações oferecidas de forma escalonada. (SARRAF, 2018, p. 33).

Além dos recursos aplicados a cada público sensorialmente diverso, uma outra atividade importante dentro do espaço expositivo é a mediação. Para Núñez (2007, p. 189):

[...] na interação entre o *mundo real do visitante* e o *mundo imaginário criado na exposição*, é onde o ato da comunicação é realizado, e o grau de aproximação entre eles depende de quão "eficaz" é a exibição para transmitir as mensagens; esse ato de comunicar é realizado, por sua vez,

sob três condições específicas: (1) espaço, (2) tempo e (3) o sujeito¹³ (tradução nossa).

Logo, a mediação tem o papel de fazer eficaz os dois mundos, mudando as perspectivas dos interagentes (visitantes) fazendo-os refletir sobre a importância do discurso e dos conteúdos da exposição e da responsabilidade social que estes carregam. Além disso, Nuñez (2007) defende que:

[...] o papel da mediação está no nível da educação não formal, a missão do museu é estimular processos de transformação do imaginário coletivo e individual para a criação e o fortalecimento dos laços de identidade. Esta missão deve ser cumprida através da disseminação de conhecimentos, não apenas históricos, mas também de eventos atuais e expressões artísticas locais, gerando a compressão e apropriação dos mesmos pela população.¹⁴ (NÚÑEZ, 2007, p. 194) (tradução nossa).

¹³ Do espanhol: *En la interacción entre el mundo real del visitante y el mundo imaginario creado en la exposición, es donde se realiza el acto de la comunicación, y del grado de aproximación entre ellos depende lo «efectiva» que sea exposición para transmitir los mensajes; este acto de comunicación se realiza a su vez bajo tres condiciones específicas: (1) el espacio, (2) el tiempo y (3) el tema.*

¹⁴ Do espanhol: *El aporte de los museos se ubica en el plano de la educación no formal, el museo tiene como misión estimular procesos de transformación del imaginario colectivo e individual para la creación y fortalecimiento de los lazos identitarios. Esta misión debe ser cumplida mediante la divulgación del conocimiento, no solamente histórico sino también de los sucesos actuales y de las expresiones artísticas locales, generando la comprensión y apropiación del mismo por parte de la población.*

3. METODOLOGIA PARA O PLANEJAMENTO MULTIDIMENSIONAL ÁUDIO/VISUAL DA EXPOSIÇÃO ENTREARTES

Neste capítulo, apresentamos algumas reflexões sobre procedimentos metodológicos utilizados para o desenvolvimento do planejamento e aplicação dos produtos áudio/visuais para visitantes com diversidade sensorial no contexto da exposição artística Entreartes. Tais apontamentos se dão em diálogo com posturas científicas propostas por Silva (2015), especialmente sobre a atuação de um pesquisador e a relação deste com seu objeto de estudo.

De acordo com Silva (2015, p. 39), “uma boa sugestão para o pesquisador em ver o mundo” é imaginar que este mundo exista e, a partir disso, tensionar essa realidade pelos processos de “**estranhamento, entranhamento e desentranhamento**”. Trata-se de três movimentos que revelam, na concepção do referido pesquisador brasileiro, “o que pesquisar quer dizer” (SILVA, 2010). Assim, de maneira análoga a tais movimentos, compreendemos e estabelecemos o processo de planejamento que é objeto deste trabalho, sem, contudo, deixar de entender que toda a pesquisa aqui apresentada se revela fruto de um pensar metodológico. De todo modo, tais movimentos “des(en)cobrem” (idem), em considerável medida, a sistematização da forma como planejamos alcançar os objetivos da presente pesquisa.

No que tange ao *estranhamento*, partimos da inquietação – e também de constatação empírica advinda da vivência junto ao Grupo de Pesquisa e Extensão Acesso Livre, da Universidade de Brasília – sobre o fato de que exposições, exibições e mostras artísticas e culturais nem sempre são estruturadas de maneira prévia, ou melhor, dificilmente contemplam um planejamento de comunicação voltado a atender todos os públicos. Entendemos que essas atividades artístico-culturais precisam atender padrões de acessibilidade exigidos por Lei para a sua realização, no entanto, pessoas funcionalmente ou sensorialmente diversas são, em considerável medida, as últimas a serem lembradas ou até mesmo não são tidas como público de interesse durante o processo de elaboração de planos de comunicação desse tipo de atividade.

Acessos obstruídos ou sem nenhum conforto, além de questões ligadas à iluminação precária/inadequada, ausência de sinalização ou de informações

complementares ligadas à comunicação dentro e fora dos espaços expositivos, em muitos casos, desrespeitam as necessidades do público sensorial ou funcionalmente diverso, o que causa estranhamento, uma vez que sabemos que existem normas nacionais e internacionais que laçam luzes sobre tais questões, restando-nos compreender melhor a natureza destas, suas potencialidades e possíveis limitações. Assim, desse *estranhamento*, partimos para a fase de *entranhamento*.

Nos capítulos anteriores, nos **entranhamos**, ou, em outras palavras, nos aprofundamos nos conceitos teóricos aplicados à Museologia, à Comunicação e também áreas da legislação brasileira e diretrizes internacionais, como a *Diversidade sensorial e funcional*, *Desenho Universal*, *Barrierrefreie Kommunikation (BfK)* e *manuals para mostras e exposições*, que, além de elucidarem o direito de acesso de todos a tudo, assinalam que o público que se deve ter em mente ao falar de acesso e democratização de informações é, sobretudo, aquele historicamente marginalizado, tais como surdos, cegos, pessoas de baixa ou nenhuma mobilidade e também de classes sociais mais baixas.

A partir desta etapa de *entranhamento*, configurada pela sistematização dos eixos de articulação teórica da presente pesquisa, ficou claro que além de iniciativas já existentes em alguns lugares de referência, como o Estado da Catalunha (Espanha) e Portugal, algumas outras iniciativas pontuais e de relevância estão se tornando praxe ou estão em trânsito para se tornarem comuns no que diz respeito ao trato da comunicação, planejamento, concepção de produtos de comunicação e critérios mínimos para a sua aplicação no âmbito brasileiro. Tal etapa também serviu para endossar que todo planejamento de comunicação acessível não pode prescindir da importante fase da pesquisa, na qual conceitos e definições precisam ser de conhecimento de todos e todas os/as envolvidos/as em tal processo.

No *desentranhamento*, à luz dos apontamentos teóricos dos quais nos aproximamos ao longo da pesquisa que integrou o início do planejamento da exposição *Entreartes*, e também à luz das práticas instrucionais e institucionais contidas em manuais e relatos de iniciativas e normas, apresentadas anteriormente nesse trabalho, ponderamos sobre qual caminho seguir nas demais etapas do processo de planejamento, criação e implementação dos produtos áudio/visuais¹⁵.

¹⁵ Decidimos pelo uso de áudio/visual separado por entender, a partir dos produtos e propostas encontradas durante a pesquisa que um produto literalmente “audiovisual” não é suficiente para que

Para tanto, consideramos que os conceitos de *planejamento* e de *planejamento estratégico em comunicação* que melhor dialogam com as intenções do projeto focado por esta pesquisa são propostos por Ana Baseggio, na *Enciclopédia Intercom de Comunicação* (2010), a saber:

O planejamento é um movimento de tomada de decisões que direciona esforços para o cumprimento de metas, ordenando ideias e estabelecendo métodos e prazos a fim de alcançar uma realidade pretendida [...] e o planejamento estratégico da comunicação constitui-se, então, em um refletir a respeito de determinada realidade organizacional que define um conjunto de políticas, diretrizes e ações de comunicação a serem seguidas. Traduz-se, desse modo, em um instrumento de trabalho que indica, antecipadamente, prioridades, objetivos, procedimentos e recursos e sinaliza, igualmente, métricas e indicadores que viabilizem o acompanhamento e o ajuste permanente da implementação das ações sugeridas (BASEGGIO, 2010, p. 932-933).

Logo, no contexto da Exposição Entreartes, o planejamento para a comunicação e concepção dos produtos de comunicação se deu a partir da tomada de decisões articuladas ordenadamente em três dimensões pensadas para viabilizar tanto o acompanhamento quanto a implementação das ações planejadas, sendo: a **dimensão conceitual, funcional e comunicacional, práticas instrucionais**.

3.1. A DIMENSÃO CONCEITUAL DO PLANEJAMENTO

Nos procedimentos adotados no contexto desta dimensão conceitual do planejamento da Exposição Entreartes, as definições de Diversidade Sensorial e Funcional, Desenho Universal e *Barrierefreie Kommunikation* (BfK) foram inseridas a partir de atividades formativas (oficinas e visitas mediadas) e ações vinculadas à adoção de objetos mediadores, produção de conteúdo e estratégias de divulgação.

Em tal dimensão, se fez necessária a imersão de todos os integrantes das equipes de diversas áreas de atuação da exposição, pois entendíamos que para uma primeira abordagem ao público de interesse era necessário o conhecimento aprofundado dos conceitos que permeiam o nosso público de interesse no intuito de não replicar práticas ou linguagem vistas como preconceituosas ou excludentes que outrora definições para diversidade funcional e sensorial traziam.

uma mensagem tenha total efeito ou chegue de forma completa ao público de interesse da Exposição, logo se fez necessária a separação e distinção dos termos.

Os encontros de alinhamento se davam da forma em que todos e todas tinham acesso a uma pasta no *Google Drive* com as fotos das obras, do espaço da galeria onde estas seriam exibidas, argumentos sobre a linha curatorial que seria seguida, assim como também textos de apoio à elaboração dos conteúdos. Ademais, por meio de rodas de diálogo, avaliamos as necessidades de comunicação, as quais se encontram elucidadas na próxima seção do trabalho.

Figura 1 – Pasta de organização dos materiais utilizados no planejamento da exposição



The image shows a Google Drive interface. At the top, the breadcrumb path is 'Meu Drive > Arthur FAC > Exposição Entreartes'. Below this is a table listing the contents of the 'Exposição Entreartes' folder. The table has two columns: 'Nome' (Name) and 'Proprietário' (Owner). The rows are as follows:

Nome ↑	Proprietário
 Artistas e Obras	eu
 Exposição (mediação e oficinas)	Helena Santiago
 Pesquisa e Roteiros	Helena Santiago
 Produção de conteúdos	eu
 Social Media	eu

Fonte: Elaborado pelo autor

A partir desses alinhamentos, ficou claro que além do trabalho da equipe para produção dos conteúdos, era necessária a validação dos mesmos por consultores e consultoras e/ou com os/as artistas que faziam parte do espectro sensorial que a atividade, objeto ou produto integrante da Exposição almejava alcançar e comunicar. Consideramos que a imersão nos conceitos e validação com uma parcela do público de interesse foi de total proveito no contexto do planejamento proposto e também de grande aprendizado para a equipe do Projeto.

3.2. A DIMENSÃO FUNCIONAL E COMUNICACIONAL DO PLANEJAMENTO

Na segunda dimensão abarcada pelo planejamento empreendido/experimentado por esta pesquisa, chamada de **funcional e comunicacional**, seguimos a partir das reflexões e proposições realizadas à luz dos conceitos de Desenho Universal e do *Barrierefreie Kommunikation* (BfK).

Nesse sentido, procedemos a avaliação das necessidades da Exposição, levando em consideração que o Projeto previa a participação de quatro (04) artistas expostos de forma permanente, a saber: John Bramblitt, Marta Guedes, Flávio da Silva e Luciano Ambrósio, sendo estes parte do espectro de diversidade sensorial visual; um artista e também mediador, Maycon Calasancio, parte do espectro de diversidade sensorial auditiva vinculado à exposição, com a proposta de ministrar oficinas de dança contemporânea; e, por fim, uma performance do Projeto Pés de Teatro-Dança, em que os integrantes, em sua maioria, fazem parte do espectro de diversidade funcional motora.

3.3. A DIMENSÃO DAS PRÁTICAS INSTRUCIONAIS DO PLANEJAMENTO

Diante do cenário revelado pelos procedimentos adotados no contexto das dimensões até aqui apresentadas (*conceitual e funcional e comunicacional*), procedemos a execução da fase do planejamento vinculada à dimensão das **práticas instrucionais**, às quais foram abordadas no segundo capítulo deste trabalho.

Assim, essa fase do nosso movimento de planejamento, voltou-se à definição do conjunto de diretrizes (INTERCOM, 2010) que seriam adotadas no contexto da Exposição Entreartes, levando em conta a natureza da mesma e observação das recomendações contidas em documentos normativos nacionais e internacionais sobre acessibilidade.

Avaliamos que as instruções contidas nos manuais, diretrizes e iniciativas de instituições e recomendações contidas nos *Cadernos Museais* do IBRAM a serem implementadas na Exposição Entreartes seriam, necessariamente, **audiodescrição** – tanto das obras quanto do material audiovisual dos/as artistas e para diferentes faixa-etárias –, **janela de Libras e Videoguia, aplicativo acessível** – para exibição do material complementar sobre a exposição e os/as artistas –, **textos em**

linguagem fácil – tanto em português como em inglês –, **sinalização das obras** – em português, inglês e Braile – e um **catálogo** com informações da Entreartes e reflexões sobre os processos aperfeiçoados e aprendidos durante a Exposição.

4. PRODUTOS DE COMUNICAÇÃO PARA A EXPOSIÇÃO MULTISSENSORIAL ENTREARTES

Neste capítulo, apresentamos os produtos de comunicação propostos para a Exposição Entreartes e também suas aplicações, justificando a necessidade de cada um no contexto da exposição e refletindo sobre estes, em diálogo com as três dimensões apresentadas no capítulo dedicado à elucidação da metodologia, a saber: conceitual; comunicacional e funcional; e práticas institucionais.

Primeiro, avaliamos que para a Exposição seria necessário que os/as artistas fossem apresentados/as ao público, de maneira a conhecer mais sobre eles/elas, seus processos criativos, suas inspirações e outras particularidades do seu fazer artístico. Logo, decidimos pela produção de **vídeos acessíveis** ou adaptação de vídeos já existentes que mostrassem esses pontos de vista que, na compreensão da equipe, seria necessário, para que o/a visitante tivesse um contato melhor com tais artistas.

Avaliado isso, gravamos com os artistas, Flávio Luís da Silva¹⁶ e Luciano Ambrósio¹⁷ e com a artista, Marta Guedes¹⁸, buscando entender os seus processos criativos e o fazer artístico de cada um(a) a partir de suas experiências de vida, em relato visual e sonoro. No caso do artista plástico, John Bramblitt¹⁹, optamos por traduzir um registro audiovisual já existente, principalmente pela barreira longitudinal entre onde a equipe da exposição estava e onde o/a artista reside, pois pela logística do processo, viajar de Brasília – DF até Denton no Texas não era viável.

A partir dos vídeos captados, chegou ao nosso entendimento que também seria necessária uma aplicação, acessível, para que esse conteúdo audiovisual fosse acessado. A colega de equipe, Sofia Dias, orientada pela prof. Helena Santiago, se encarregou do desafio: desenvolver um aplicativo que fosse acessível ao público multissensorialmente diverso para que o conteúdo comunicacional produzido pela equipe fosse acessado. Tal desafio se tornou seu trabalho de

¹⁶ Vídeos do escultor Flávio Luís da Silva:

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLeoEjKemYhLFuUikXxlv919Yv1YOIjNf5>

¹⁷ Vídeos do fotógrafo Luciano Ambrósio:

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLeoEjKemYhLFuZcyKsHay-HuSRG7ZRRL>

¹⁸ Vídeos da ceramista Marta Guedes:

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLeoEjKemYhLHJrLoRR3N1vj4U9R6SWsXK>

¹⁹ Vídeos do artista plástico John Bramblitt:

https://www.youtube.com/playlist?list=PLeoEjKemYhLEaVMU1a6eD_sBzp3uEopaE

conclusão de curso e, além dos consultores da equipe, o público de interesse mostrou grande satisfação com a plataforma disponível na exposição e também com os conteúdos.

Na dimensão conceitual, buscamos avaliar as ideias a serem passadas com o conteúdo audiovisual de cada artista, neutralizando a linguagem que partia das perguntas feitas pela equipe no processo de captação das imagens e sons. Na dimensão comunicacional e funcional, avaliamos que ter um produto que fosse atrativo tanto visualmente quanto sonoramente teria impacto junto ao público de interesse e atrairia até mais visitantes para a exposição; e à luz dos conceitos do Design Universal e do BfK, avaliamos que os vídeos deveriam conter todas as diretrizes de acessibilidades até então pesquisadas pela equipe da exposição para que a comunicação ocorresse da forma mais assertiva e inteligível possível, a saber: **legenda descritiva, audiodescrição, janela de Libras e voice over²⁰** para o vídeo traduzido.

Figura 2 – Vídeo acessível do artista plástico John Bramblitt



Fonte: elaborado pelo autor (captura de tela²¹)

²⁰ Voice over é uma técnica de tradução audiovisual onde a voz dos dos/as dubladores/as são gravadas sobre a faixa de áudio original do vídeo/filme que pode ser ouvida em segundo plano.

²¹ https://www.youtube.com/watch?v=_VIRgwoUlw

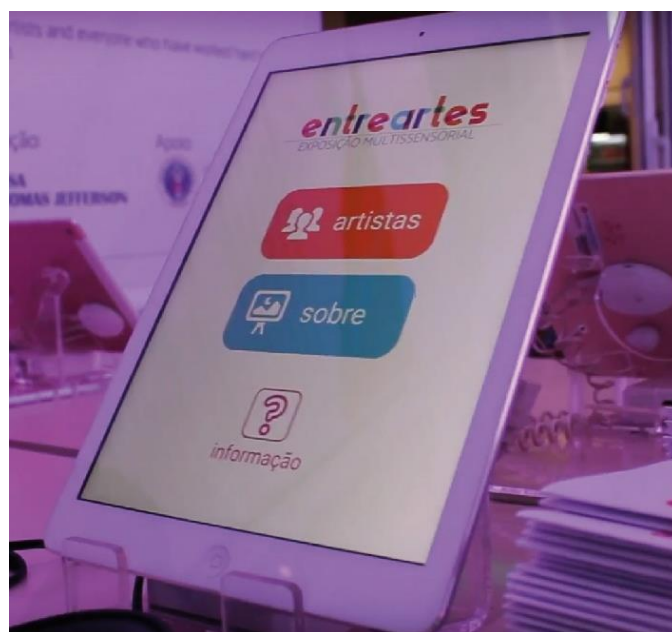
Na dimensão das práticas instrucionais, nos manuais e iniciativas pesquisados neste trabalho encontramos apenas a sugestibilidade de uso de material audiovisual a ser produzido para comunicar as mensagens intencionadas da mostra, nada em específico ao contexto no qual o/a artista esteja inserido/a.

Figura 3 – Visitante assistindo a vídeo



Fonte: registro do autor

Figura 4 – Tela inicial do aplicativo



Fonte: registro do autor

Para também proporcionar acessibilidade por meio de dispositivos, um roteiro para o videoguia das obras expostas também se fez necessário. No entanto a produção e aplicação deste instrumento não foi possível, tanto por questões de disponibilidade de intérpretes e consultores surdos quanto por parte da equipe de comunicação da exposição.

Assim, para a consecução do videoguia proposto, os seguintes passos são recomendados: 1) da mesma forma que o audioguia, partir de informações gerais para específicas, porém, sem a necessidade de limitação de palavras (sinais) para explicá-los; 2) informações como nome do/a artista, nome da obra e qual a principal mensagem devem ser sintetizadas no início do vídeo; 3) a cada nova informação sobre a obra, elucidar uma curiosidade sobre o/a artista, focando principalmente no seu processo criativo; 4) na incapacidade de gravações em estúdio em tela *chroma-key* e no espaço onde a obra está exposta, optar pelo local onde a obra está, sempre indicando-a como um todo ou alguns detalhes; 5) atentar a cores, iluminação do ambiente e obra que está sendo videoguiada, pois a cada mensagem transmitida apenas um elemento deve estar em evidência, no intuito de manter a atenção do/a visitante surdo/a.

Nas dimensões conceitual, comunicacional e funcional, entendemos que apresentar uma forma autônoma para acesso às informações das obras são de grande importância para o público, em especial ao público surdo. Na dimensão instrucional, os exemplos de videoguias encontrados do *Mütter Museum of the College of Physicians of Philadelphia* e do MAM – SP foram de grande ajuda para o planejamento do processo de gravação e estruturação de informações a serem implementado.

Segundo, avaliamos que seria também necessário a **audiodescrição** das obras que proporcionavam uma experiência estética majoritariamente visual, como as fotos de Luciano Ambrósio e as pinturas de John Bramblitt e a audiodescrição ao vivo de performances que havíamos previsto, como a do Grupo Pés²².

Nesse sentido, para esses produtos, foi avaliado nas dimensões conceitual, comunicacional e funcional que públicos de diferentes faixas etárias teriam acesso ao produto e, sendo assim, à luz do Design Universal e do BfK seria necessário que

²² Apresentação do Grupo Pés está disponível em: <https://youtu.be/K4xKk8ul7gE>

a audiodescrição além de comunicar a mensagem da obra, precisaria ser também lúdica para captar a atenção do/a visitante e também de fácil acesso.

Na dimensão das práticas institucionais, seguimos as recomendações do manual catalão para acessibilidade em museus e também as recomendações dadas por Mesquita (2011, p. 49). Um exemplo de audiodescrição proposto para o quadro abaixo, *Blue Audrey* de John Bramblitt, pode ser encontrado nesta direção na página da Exposição Entreartes da plataforma de *streaming SoundCloud*²³.

Figura 5 – Visitante fazendo leitura em Braille de sinalização da obra *Blue Audrey*



Fonte: registro da equipe da exposição

Terceiro, foi diagnosticado que pelas visitas mediadas se faria necessário uma preparação prévia para os mediadores, tanto para o entrosamento dos mesmos quanto para a familiaridade com a comunicação das obras a grupos diversos. Além disso, para as oficinas propostas na programação também seria necessário tal preparo.

Na dimensão conceitual comunicacional e funcional foi diagnosticado que seria necessário também o domínio dos conceitos de diversidade sensorial e funcional para o diálogo com os/as visitantes e participantes das oficinas e também

²³ Audiodescrição do quadro *Blue Audrey* pode ser acessada em:
<https://soundcloud.com/entreartes-exposicao-multissensorial/ad-john-bramblitt>

do BfK no trato da linguagem acessível. Na dimensão de práticas institucionais, a recomendação do manual catalão é que por mais que os mediadores estivessem lá para auxílio e questões quanto as obras, deveria ser dada a total liberdade para o/a visitante explorar as obras e conteúdos, auxiliando-os/as sempre que solicitado.

Figura 6 – Visita mediada com atividade de dobraduras



Fonte: registro do autor

Figura 7 – Oficina mediada com utilização de argila



Fonte: registro da equipe da exposição

Quarto, para a exposição um texto curatorial foi proposto para ser exposto, em língua portuguesa e inglesa assim como placas de sinalização permanente das obras, e se tratando de um espaço particular, as exigências de sinalização de emergência e saídas principais já se encontravam no ambiente.

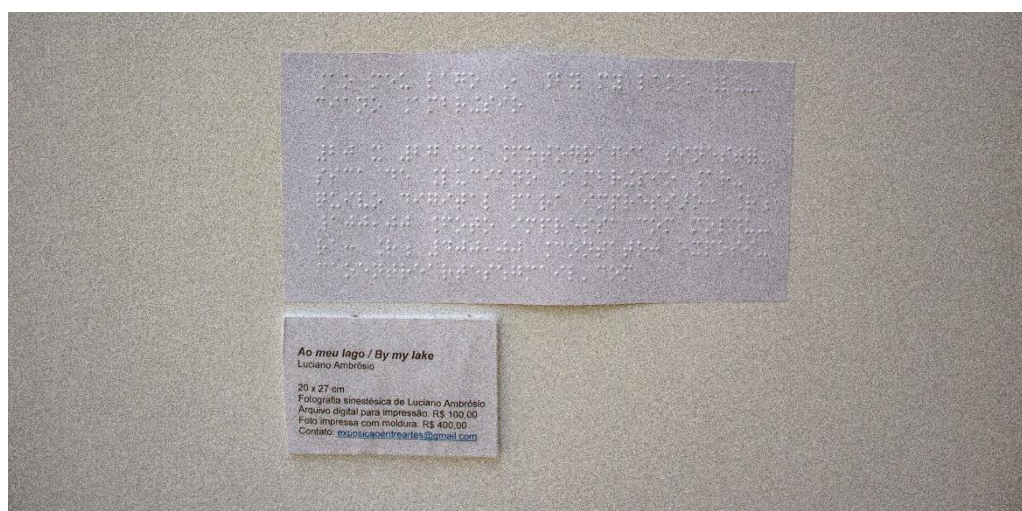
Na dimensão conceitual, comunicacional e funcional, vimos que a linguagem deveria ser fácil e sensível e que estivesse ao alcance de visão e tato de todos os usuários como propostos pelo Design Universal, BfK e normas da ABNT. Na dimensão instrucional, seguimos as recomendações do IBRAM e também do manual catalão para a acessibilidade de exposições e mostras apresentado no referencial do segundo capítulo deste trabalho.

Figura 8 – Fotografo Luciano Ambrósio interagindo com sua fotografia



Fonte: registro do autor

Figura 9 – Etiqueta em Braille, Português e Inglês de uma obra da exposição



Fonte: registro do autor

Quinto, para a melhor divulgação e também para suprir uma necessidade de interação com o público *on-line*, contávamos com publicações em redes sociais sobre as atividades que iríamos desenvolver. Havíamos avaliado, no início do planejamento, que as redes como *Instagram* e *Facebook* seriam nossos meios extra expositivos de interação com o público e assim também seria necessária uma reflexão dentro das dimensões apontadas na metodologia do planejamento.

Na dimensão conceitual, comunicacional e funcional, entendemos que a linguagem a ser utilizada para os textos das postagens deveriam ser leves e claras e quando fosse tratado, de alguma forma, o universo sensorial ou funcional do/a leitor(a), deveria ser tirada toda a linguagem que entendêssemos como carga de exclusão ou de preconceito como propostos pelo Design Universal e BfK. Na dimensão instrucional, os manuais citados recomendam não só a utilização de redes sociais, mas como também a assiduidade nas postagens com o intuito de fomentar a visibilidade do trabalho que está sendo feito.

Figura 10 – Postagem no Facebook



Fonte: registro do autor (captura de tela)²⁴

²⁴ <https://www.facebook.com/AcessoLivreUnB/posts/898823310489858>

Nas redes utilizadas, dispúnhamos do recurso de Texto Alternativo, ou como era popularmente conhecido na linguagem HTML, a função ALT das imagens. Ao postarmos, as plataformas *Facebook* e *Instagram* geravam um texto automático, no entanto, na nossa avaliação como equipe faltavam algumas informações de cunho interpretativo, logo, sempre editávamos esse texto sugerido ao postar algo, como mostra o exemplo abaixo. O texto alternativo é uma medida que o código da página indica ao leitor de tela (do computador ou celular) que a imagem pode ser audiodescrição por tal perspectiva.

Figura 11 – Janela para edição do Texto Alternativo

Alterar texto alternativo

Texto alternativo gerado automaticamente para esta foto:

22 pessoas, pessoas sorrindo, pessoas em pé e atividades ao ar livre

Adicione um texto alternativo que descreva o conteúdo da foto para pessoas com deficiências visuais.

Foto ao ar livre de John Bramblitt junto com estudantes de inglês do CIL de Brasília que participaram de sua oficina de pintura

Limpar

O texto alternativo normalmente tem menos de 100 caracteres.

Cancelar Salvar

Fonte: registro do autor(captura de tela)

Sétimo, como último produto, foi avaliado que um catálogo sobre a exposição seria necessário, pois levamos em consideração que a iniciativa de ter um projeto voltado principalmente para o público sensorial e funcionalmente diverso era digno de reflexão e discussão sobre os processos, assim como também a apresentação do trabalho dos/as artistas e as instituições e parceiros envolvidos na realização da exposição.

Na dimensão conceitual, comunicacional e funcional, avaliamos que a aplicação dos conceitos de facilidade de acesso e utilização propostos pelo Design Universal e também a linguagem fácil e recursos de acessibilidade propostos pelo BfK seriam a base para tornar a publicação viável. Outra prerrogativa, que entra no

âmbito da dimensão instrucional, é que por se tratar de um produto *on-line*, buscamos também em manuais de acessibilidade e em relatos de usuários a construção do arquivo em PDF acessível. Manuais como o do Estado da Catalunha apoiam veemente a utilização de catálogos e brochuras durante e após exposições e atividades culturais como forma de perpetuação da experiência cultural.

Por fim, com a ajuda de consultores e de uma equipe comprometida com a acessibilidade aos meios comunicacionais para que a mensagem artística e complementar tivesse o mesmo alcance, trabalhamos durante meses para que: todos os **vídeos** sobre os/as artistas tivessem **audiodescrição**, janela de **Libras** e **legenda** descritiva; públicos de diversas idades pudessem usufruir de **audiodescrição**; as visitas **mediadas** sempre fossem feitas por dois mediadores com universos perceptivos diferentes; que o **aplicativo** desenvolvido para exibir o material complementar sobre a exposição e os/as artistas fosse **acessível**; que todos os textos estivessem escritos numa linguagem **fácil** tanto em português como em inglês; que o **catálogo** fosse criado de acordo com as diretrizes de acessibilidade e durante a exposição, que todas as obras estivessem **sinalizadas** em inglês, português e braile, de acordo com as normas de acessibilidade.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio desta pesquisa – do entendimento dos conceitos abordados neste trabalho e também pelos produtos áudio/visuais propostos pela equipe da *Entreartes* –, foi possível identificar que para o planejamento de uma exposição multissensorial é preciso se atentar a alguns pontos de extrema importância para a sua realização.

O que é planejar no contexto da necessidade de execução de uma Exposição dessa natureza? É, em nossa compreensão, antes de tudo, mostrar-se atento e diligente às necessidades de grupos diversos, assim como sensível às “limitações” que são impostas pelos contextos físicos/estruturais, técnicos ou até mesmo econômicos, sem perder de vista a prioridade em comunicar o que se decide expor.

Assim, ressaltamos, em alguma medida de maneira mais elucidativa, necessidades e orientações básicas, mas não estanques, para a elaboração de uma Comunicação Acessível no âmbito de Exposições, Mostras ou atividades correlatas voltadas a públicos sensorialmente diversos.

Primeiro, é claro que identificar o público de interesse ainda em fase de planejamento foi essencial para execução da exposição. Como disposto, desde a premissa para o fio condutor da exposição, os/as artistas e o público de interesse foram definidos como aqueles que ainda se encontram marginalizados no que diz respeito à esfera da arte. E, após esta identificação, entender conceitos que dizem respeito a estes artistas e ao público, como diversidade sensorial, funcional, inclusão, acessibilidade e mediação, por exemplo, foram de extrema importância, porque apenas assim, foi possível tensionar as possibilidades de plataformas, dispositivos e meios a serem propostos para a fase de planejamento de visitas mediadas, material e objetos para mediação, oficinas, e, toda a parte áudio/visual complementar e inerente às obras e artistas, assim como também a divulgação do projeto e sinalização no espaço expositivo.

Explorar formas mediadoras e instrucionais, disponíveis em campos de estudos diversos, a partir da pesquisa bibliográfica para a criação e adaptação de material comunicacional para a aplicação foi importante, pois a partir de exemplos contidos em manuais de acessibilidade e de comunicação para museus e também conceitos utilizados pelo Design Universal, *Barrierefreie Kommunikation* (BfK) e iniciativas espalhadas por museus e centros culturais foi possível pensar mais

claramente nas informações a serem comunicadas pela exposição e na criação e disposição de material áudio/visual no percurso expográfico. Logo, essa fase permitiu escolher a melhor ou mais adequada opção de material, suporte e meio pelos quais as informações puderam ser transmitidas, priorizando especificamente a sua clareza, como foi discutido no capítulo referente aos produtos de comunicação da exposição.

Por fim, a avaliação, através de questionários e caderno de notas, se faz necessária e recomendada para mensurar a qualidade das informações transmitidas, e, assim também, receber sugestões para a melhoria de futuras experiências. Neste caso, a avaliação mais importante vem dos/as artistas que estão expondo e, principalmente, do público de interesse.

Pela experiência dessa pesquisa e desenvolvimento do projeto, não só como estudante de Comunicação, mas como parte da equipe de organização e planejamento de toda a exposição, ficou claro que, embora tenhamos encontrado várias formas de comunicar, se não houvesse um processo de planejamento, envolvendo ainda consultoria com o público de interesse e também o seu auxílio para o aprimoramento dos produtos, a tarefa à qual nos propusemos de acessibilizar a comunicação teria sido impossível. Além disso, a avaliação por parte dos/as visitantes e participantes das oficinas se faz fundamental para que futuramente se possa pensar em outras soluções para, quem sabe, as próximas exposições.

Ademais, no intuito de contribuir com futuras exposições ou mostras multissensoriais, a partir da experiência de elaboração deste trabalho, deixamos algumas contribuições para o campo prático-teórico, que não precisam ser seguidas necessariamente na mesma ordem que estão dispostas, mas que são importantes pontos a serem levados em consideração, principalmente no que trata de ter como prioridade um público sensorial e funcionalmente diverso.

A primeira delas é: entender quais são as necessidades básicas do seu público de interesse e conceitos que os permeiam. A pesquisa empírica e teórica é de extrema importância, pois você pode, a partir dela, dialogar melhor com as necessidades. Assim como grandes empresas investem tempo em pesquisa de mercado para avaliar os interesses e necessidades de seus clientes, uma mostra, exposição ou exibição também precisa de pesquisa e entendimento das necessidades primárias do seu público, em especial, as necessidades

comunicacionais, no caso específico, voltadas à acessibilidade e, consequentemente, à democratização e circulação do saber e do fazer artístico.

Segundo, a linha de planejamento a ser seguida precisa ser, necessariamente, clara e inteligível a todos os envolvidos no processo de comunicação, criação e planejamento de conteúdo e ações voltadas ao público, em especial, ao sensorialmente diverso. Pela experiência do trabalho desenvolvido no projeto da exposição Entreates, foi possível avaliar que através do planejamento das ações e propostas de produtos, oficinas e visitas o planejamento por parte da curadoria, comunicação e mediadores foi extremamente importante, pois alinharam-se objetivos comuns e propostas ideias para elucidar a experiência estética proposta com a exposição.

E, por fim, a avaliação de cada obra, oficina e intervenção é de fundamental iniciativa para propor produtos de comunicação. Quando se tem ideia do público de interesse ao qual você quer destinar os seus produtos de comunicação e a partir disso ter um conhecimento (produtos destinados a tal público) das formas e meios, é possível efetivamente tornar o processo artístico-cultural-comunicacional mais harmonioso e ainda se tem a presença da acessibilidade em toda a cadeia do processo de comunicação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANIA, María-José. **Exposicions accessibles:** Criteris per eliminar les barreres de la comunicació i facilitar l'accés als continguts. Barcelona: Institut de Cultura de barcelona i Institut Municipal de Persones amb Discapacitat, Ajuntament de barcelona (ed.), 2016.

BASEGGIO, Ana Luisa. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA COMUNICAÇÃO. **Enciclopédia INTERCOM de Comunicação**, São Paulo, 2010.

BRAGA, José Luis. Para começar um projeto de pesquisa. *Comunicação & Educação*, 10(3), 288-296, 2005.

BRASIL. Decreto nº 3.298, de 20 de dezembro de 1999. Dispõe sobre a Política Nacional para a Integração da Pessoa Portadora de Deficiência, consolida as normas de proteção, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 20 dez. 1999.

_____. Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000. Estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 20 dez. 2000.

_____. Decreto nº 5.296 de 2 de dezembro de 2004. Estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 2 dez. 2004.

_____. Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 6 jul. 2015.

CANIMAS BRUGUÉ, Joan. ¿DISCAPACIDAD O DIVERSIDAD FUNCIONAL? **Ediciones Universidad de Salamanca**, Salamanca, p. 79-97, 2015.

CHAVEZ, Gabriela Manuela. **La Comunicación como una estrategia inclusiva**. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. La Rioja. 2016.

COHEN, Regina; DUARTE, Cristiane; BRASILEIRO, Alice. **Cadernos Museológicos: Acessibilidade a Museus**. Brasília: Ministério da Cultura / Instituto Brasileiro de Museus, 2012.

CONTENOT, Félicie. La Médiation au service de la confluence du musée et de la bibliothèque. **Bulletin des bibliothèques de France (BBF)**, 2011. 11-15.

Disponível em: <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2011-04-0011-002>>. Acesso em: 1 Maio 2019.

CURY, Marília Xavier. Comunicação e Pesquisa de recepção: uma perspectiva teórico-metodológica para os museus. **História, Ciência, Saúde, Manguinhos**, 12, 2005. 365-380.

DIAS, Sofia Soares. **DESENVOLVIMENTO DE APLICAÇÕES MÓVEISACESSÍVEIS: ANÁLISE DA PLATAFORMA THUNKABLE X**. Trabalho de Conclusão de Curso - Línguas Estrangeiras Aplicadas ao Multilinguismo e à Sociedade da Informação, Universidade de Brasília, Brasília, 2019.

GÓMEZ DEL ÁGUILA, Luisa María. Accesibilidad e inclusión en espacios de arte: ¿cómo materializar la utopía? **Arte, Individuo y Sociedad**, p. 77-90, 2012.

GROCE, Nora Ellen. Disability. **Minority Rights Group International**, Maio 2018. Disponível em: <<http://stories.minorityrights.org/lifeatthemargins/chapter/disability/>>. Acesso em: 22 Abril 2019.

GUARNIERI, Waldisa Russio Camargo. Conceito de Cultura e sua inter-relação como patrimônio cultural e a preservação. **Cadernos Museológicos**, 1990. 7-12.

HOHLFELDT, Antônio. COMUNICAÇÃO. **Enciclopédia INTERCOM de Comunicação**, São Paulo, 2010.

HOOPER-GREENHILL, Eilean. **Los museos y sus visitantes**. Gijón: Editiones Trea, 1998.

JIMÉNEZ HURTADO, Catalina; SEIBEL, Claudia; SOLER GALLEGO, Silvia. MUSEOS PARA TODOS. LA TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN PARA ENTORNOS MULTIMODALES COMO HERRAMIENTA DE ACCESIBILIDAD

UNIVERSAL. In: AGOST, R.; ORERO, P.; GIOVANNI, E. D.
MULTIDISCIPLINARITY IN AUDIOVISUAL TRANSLATION. San Vicente del Raspeig: [s.n.], 2012.

INTERCOM, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.
ENCICLOPÉDIA INTERCOM DE COMUNICAÇÃO. São Paulo: VOLUME 1 – CONCEITOS, 2010.

McLUHAN, Marshall; PARKER, Harley; BARZUN, Jacques. Exploration of the ways, means and values of museum communication with the viewing public: **A seminar.** Museum of the City of New York, 1969.

MELO, José Marques de. Prefácio. In: FILHO, André Barbosa, et al. **Mídias Digitais:** Convergência tecnológica e inclusão social. São Paulo: Paulinas, 2005.

MESQUITA, Susana Maria Vasconcelos. **ACESSIBILIDADE DE MUSEUS EUROPEUS PARA DEFICIENTES VISUAIS (Dissertação de Mestrado).** Universidade de Aveiro. Aveiro. 2011.

MUSEUS, Instituto Português de. **TEMAS DE MUSEOLOGIA:** Museus. Lisboa: [s.n.], 2004. Disponível em:
<http://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/publicacoes/acessibilidades/ipm_2004_museus_e_acessibilidade.pdf>.

NIGAY, Claire; JARRY, Anne. L'accessibilité universelle dans les institutions culturelles : une réponse durable aux changements des besoins du public. **Revue Cossi**, Paris, Junho 2013.

NÚÑEZ, Angélica. El museo como espacio de mediación: el lenguaje de la exposición museal. **Universitas Humanística**, Bogotá, p. 181-202, 2007.

PAIS, Rita Teresa Matos Corredoura. **Exposição e estratégias de comunicação no Museu Nacional do Azulejo.** Lisboa: (Trabalho de Mestrado em Museologia), 2015.

REICHHART, Frédéric; MYAZHIOM, Aggée Célestin Lomo. Accessibilité et communication ou comment rendre visible ce qui est accessible ? L'exemple des

informations touristiques destinées aux personnes en situation de handicap en France. **HANDICAP & COMMUNICATION**, Paris, p. 53-64, 2013. Disponível em: <<http://www.mei-info.com/wp-content/uploads/2013/12/MEI36-55-66-Accessibilite-et-communication.pdf>>.

ROMAÑACH, Javier; LOBATO, Manuel. Diversidad Funcional, nuevo término para la lucha por la dignidad en la diversidad del ser humano. **Foro de Vida Independiente y Divertad**, 2009. Disponível em: <<http://forovidaindependiente.org/diversidad-funcional-nuevo-termino-para-la-lucha-por-la-dignidad-en-la-diversidad-del-ser-humano/>>. Acesso em: 7 Maio 2019.

RUIZ, Belén. et al. **Guías multimedia accesibles: el museo para todos**. Madrid: Real Patronato sobre Discapacidad, 2008.

SANTOS, Patricia Tuxi dos. **A TERMINOLOGIA NA LÍNGUA DE SINAIS BRASILEIRA: PROPOSTA DE ORGANIZAÇÃO E DE REGISTRO DE TERMOS TÉCNICOS E ADMINISTRATIVOS DO MEIO ACADÊMICO EM GLOSSÁRIO BILÍNGUE** (Tese de Doutorado). Brasília: Universidade de Brasília - UnB, 2016.

SARRAF, Viviane Panelli. **A Comunicação dos sentidos nos espaços culturais brasileiros: estratégias de mediações e acessibilidade para as pessoas com suas diferenças** (DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA). São Paulo: PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO, 2013.

_____. Acessibilidade cultural para pessoas com deficiência – benefícios para todos. **REVISTA DO CENTRO DE PESQUISA E FORMAÇÃO**, Junho 2018.

SILVA, Juremir Machado da. **O Que Pesquisar quer Dizer: como fazer textos acadêmicos sem medo da ABNT e da CAPES**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

SIMÕES, Jorge Falcato; BISPO, Renato. Design inclusivo: acessibilidade e usabilidade em produtos, serviços e ambientes. **Clube do Design**, 2003. Disponível em: <<https://clubedodesign.com/2013/design-inclusivo-acessibilidade-e-usabilidade-em-produtos-servicoes-e-ambientes/>>. Acesso em: 2 Junho 2019.

THOMSON, Linda; CHATTERJEE, Helen. Measuring the impact of museum activities on well-being: developing the Museum Well-being Measures Toolkit. **Museum Management and Curatorship**, 2015. 44-62.

VALENTE, Maria Esther; CAZELLI, Sibeles; ALVES, Fátima. Museus, ciência e educação: novos desafios. **História, Ciências, Saúde**, Manguinhos, 12, 2005. 183-203.

VINENT CÁRDENAS, Maria; PIÑOL, Carolina; GUSTEMS CARNICER, Josep. Museos y Modelos de Comunicación. **eari**, 2015.

VYGOTSKY, Lev Semenovick. **The Psychology of Art**. Cambridge: Mit Press, 1971. 305 p.